



MEMORIA 2017





GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

CONTENIDOS

5	Mensaje Dirección ejecutiva
6	Administración, visión, misión
8	Circulación GAM
10	Organigrama
11	Programación y Audiencias
28	Comunicaciones y Marketing
41	Administración y Finanzas
43	Nos apoyan

—

Ver anexos en gam.cl

INTRODUCCIÓN

MENSAJE DIRECCIÓN EJECUTIVA

El 2017 concretamos los primeros objetivos de conectar GAM mediante la circulación de obras, intercambio de capacitaciones y alianzas que nos permiten ser un espacio integrador y aglutinador de expresiones diversas.

Hemos trabajado fuertemente en tender puentes con regiones, sobre la base de la reciprocidad y el mutuo aprendizaje. Estamos trabajando para fortalecer no solo las propuestas artísticas sino además la forma en que trabajamos con los demás espacios, buscando desarrollar un modelo de gestión que implique la participación y la asociatividad. La idea es hacernos partícipes de la vida cultural partiendo desde nuestro barrio, como uno más de los vecinos hasta ofrecernos como la vitrina que permita a otras regiones usar nuestra posición como una forma de comenzar su internacionalización.

En ese esfuerzo es que firmamos convenios regionales con la Región de Los Ríos, la Municipalidad de Punta Arenas, el Teatro Regional del Biobío, entre otros, que nos permiten transmitir nuestra experiencia y enriquecernos de la de ellos para en un futuro cercano poder trabajar en conjunto, fortalecer las propuestas que surgen de esos territorios, darles la oportunidad de llegar al resto del mundo a través de nuestros espacios y difusión. Hemos participado activamente en mercados, ferias de programadores y festivales tanto en Latinoamérica como en Europa con el objetivo de posicionarnos, cumplir nuestros planes de circulación y pavimentar el terreno para

la inauguración de la Gran Sala. A ello se suma el trabajo en asociación con instituciones de promoción de Chile en el extranjero como la Fundación Imagen de Chile.

Hoy buscamos ampliar nuestro posicionamiento a aquellos chilenos y chilenas que aún no nos conocen, integrar a quienes han visto nuestro país como una nueva patria y, particularmente, instalarnos a nivel nacional e internacional como una de las principales vitrinas de las artes escénicas nacionales. Por ello, nos esforzamos en aumentar las visitas al centro cultural que durante 2017 llegó a cifras récord, la segunda más alta de su historia, pese a las dificultades causadas por la construcción de la Gran Sala y los trabajos de las calles aledañas. Asimismo, hemos apostado también por entregar un espacio al diseño nacional a través de la creación del Espacio Nacional de Diseño, E.N.D que se ha transformado en una vitrina para los creadores locales con una importante proyección internacional.

En relación con la gestión interna, también hemos tenido buenas noticias. Gracias a la positiva evolución de los resultados financieros durante el 2017, incrementamos el presupuesto para el 2018 de programación en un 10% del presupuesto total de la corporación.

En las próximas páginas podrán ver en detalle cada uno de estos avances y visualizar los desafíos que se nos vienen por delante, porque somos un equipo que trabajamos cada día por ofrecer experiencias transformadoras desde las artes y la cultura.

—

FELIPE MELLA MORALES
Director ejecutivo

ADMINISTRACIÓN

La administración del Centro Gabriela Mistral está a cargo de una organización de derecho privado sin fines de lucro, cuya sesión constitutiva se realizó el 11 de diciembre de 2008 bajo el nombre de Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral. Representantes de un amplio espectro de instituciones participaron de esa primera convocatoria como socios fundadores, entre ellos la Universidad de Chile, Universidad de Concepción, Orquestas Juveniles e Infantiles de Chile, Corporación Cultural de la I. Municipalidad de Santiago, Corporación Cultural Estación Mapocho, Fundación Festival Teatro a Mil, Fundación Centro Cultural Palacio La Moneda, Corporación de Amigos del Teatro Regional del Maule, Colegio de Profesionales de Danza Chile A.G. y Sindicato Interempresas de Actores de Chile.

Al 31 de diciembre de 2017 el Directorio de GAM estuvo compuesto por:

Presidente: Ramón López Cauly
Secretaría: María Luisa Martínez
Tesorera: Nury González Andreu

Directores:

Macarena Murúa Rawlins, representante Centro Cultural Palacio La Moneda
María Gracia Valdés, representante Centro Cultural Estación Mapocho
Haydee Domic Tomicic, Directora Ejecutiva Fundación Orquestas Juveniles
Carmen Romero Quero, Directora Ejecutiva Fundación Festival Internacional Teatro a Mil
Felipe Alessandri Vergara, representante Corporación Cultural de la Ilustre Municipalidad de Santiago
Juan José Valdés, Secretario Ejecutivo Corporación de Amigos del Teatro Regional del Maule
Claudia Pérez Hernández, representante Sindicato Interempresa de Actores de Chile
Miguel Pizarro Muñoz, representante Colegio de Profesionales de Danza Chile A.G

El organigrama de GAM estuvo definido por las siguientes áreas:

Dirección Ejecutiva: Felipe Mella Morales
Dirección de Programación y Audiencias: Pamela López Rodríguez
Dirección de Comunicaciones y Marketing: Ximena Villanueva Garín
Dirección de Administración y Finanzas: Patricio Soto Caramori
Dirección de Producción y Técnica: Marcelo Arancibia Rodríguez
Asesor legal y secretario del directorio: Cristián Uribe Concha



MISIÓN

Promover el encuentro de las personas con el arte y la cultura, a través de experiencias diversas, inclusivas y de calidad, relevando la identidad y significación histórica de GAM.

VISIÓN

Ser el principal centro cultural nacional y referente internacional en el intercambio de artes escénicas y bienes culturales.



CIRCULACIÓN GAM

GAM VIAJERO

6 OBRAS EN REGIONES

- 6743 espectadores
- 13 funciones
- 5 regiones

3 PROGRAMAS DE AUDIENCIAS FUERA DE GAM





- 766 beneficiados
- 9 comunas RM
- 3 regiones

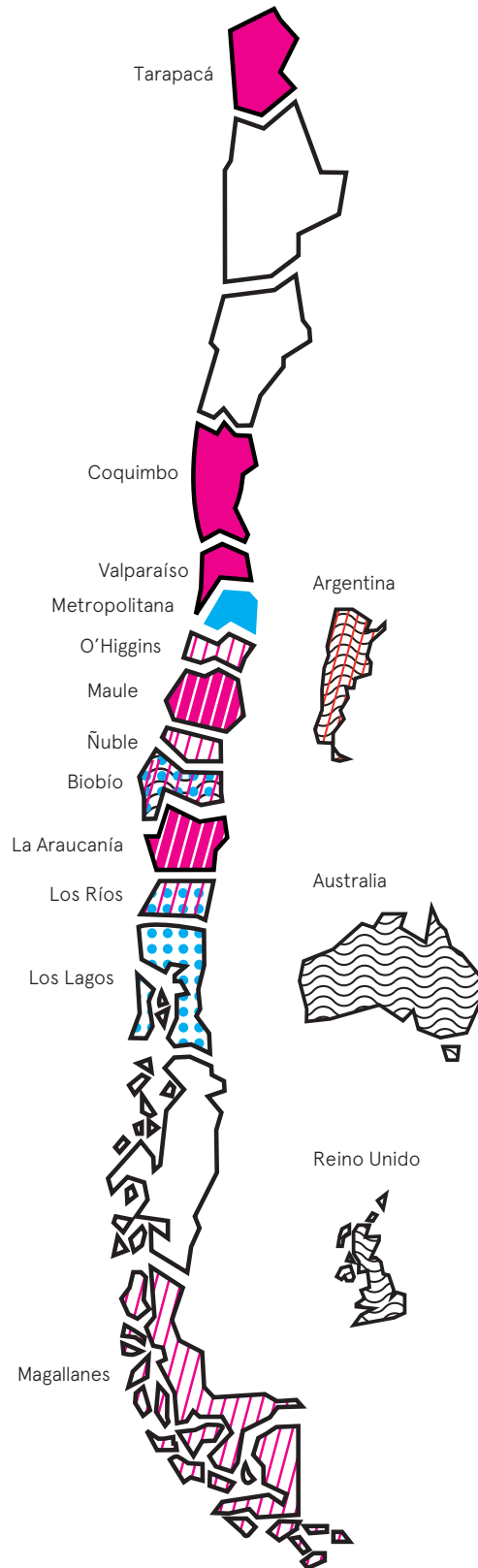
8 OBRAS GAM EN OTRAS COMUNAS DE RM

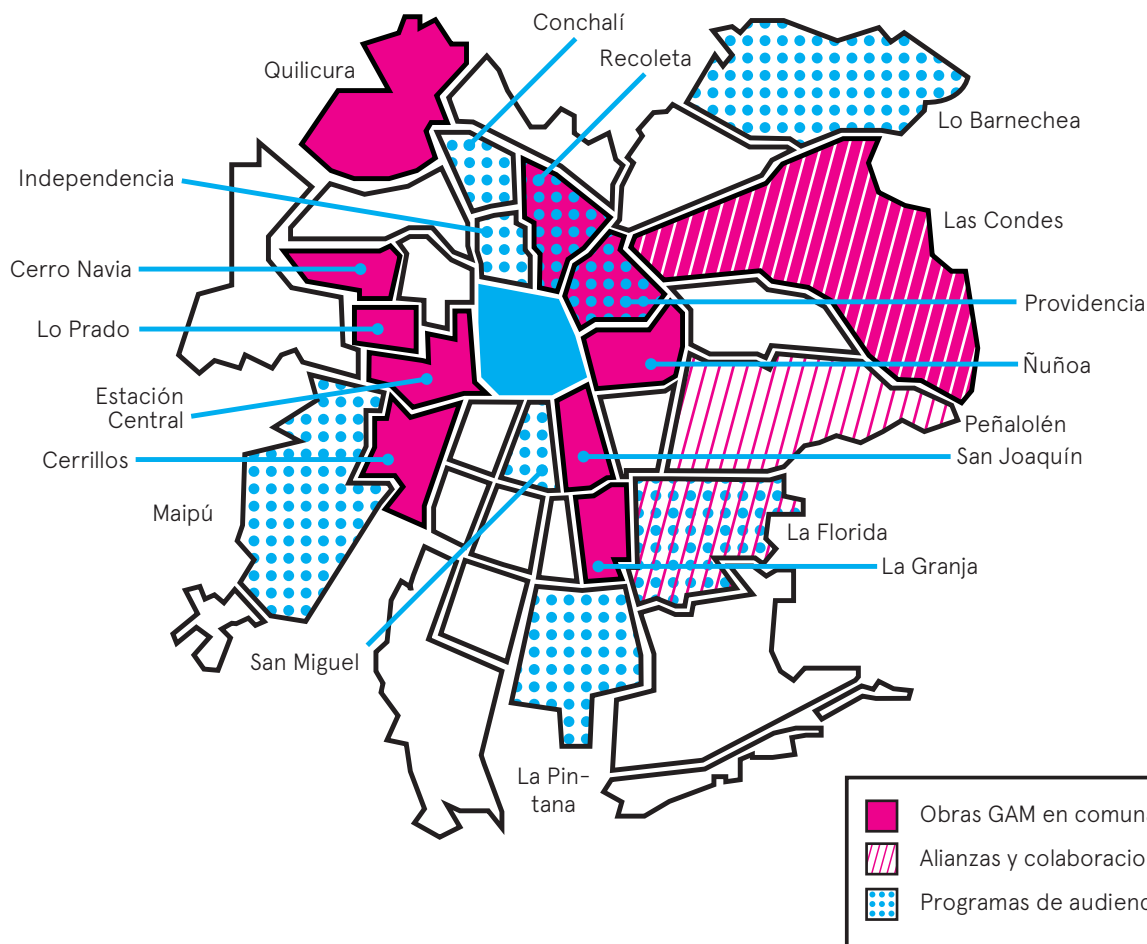
- 19119 espectadores
- 59 funciones
- 11 comunas

"GAM se transformó en la caja de resonancia de la actividad escénica"

La Nación, Argentina,
2 de febrero 2017

-  Obras GAM en regiones
-  Obras internacionales y de regiones en GAM
-  Alianzas y colaboraciones
-  Programas de audiencias





ALIANZAS

17 CONVENIOS DE COLABORACIÓN

- 7 regiones
- 1 convenio internacional

1 PROGRAMA DE INTERCAMBIO

- Región de Los Ríos
- 25 beneficiados

GAM ACOGE

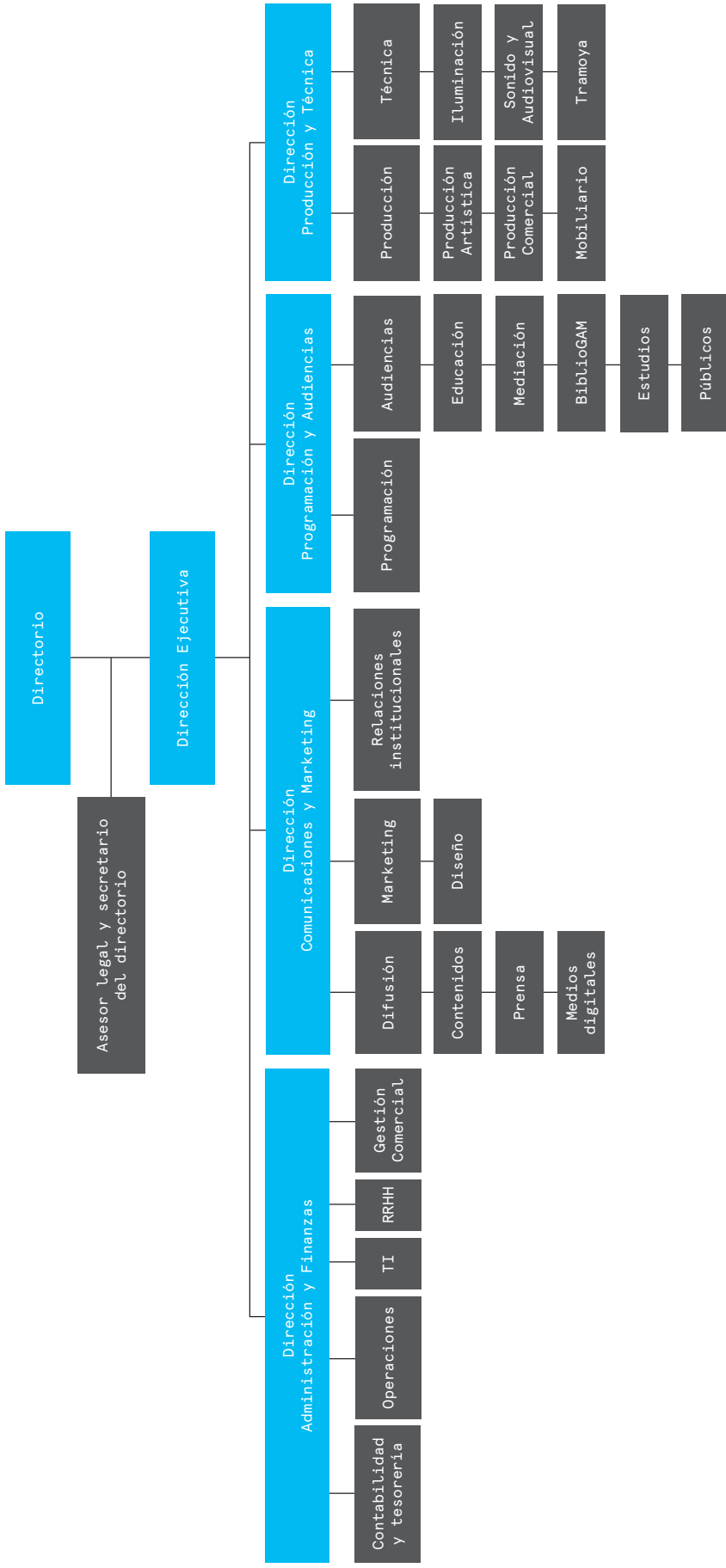
3 PRODUCCIONES REGIONALES EN GAM

- 1238 espectadores

5 OBRAS INTERNACIONALES

- Reino Unido - Junio
- Ciclo Australia Contemporánea - Noviembre
- Argentina - Noviembre y diciembre

ORGANIGRAMA



PROGRAMACIÓN Y AUDIENCIAS



DIRECCIÓN DE PROGRAMACIÓN Y AUDIENCIAS

No es posible revisitar el trabajo anual del área de programación artística GAM sin dar cuenta del centenario de Violeta Parra. El imaginario rico en diversidad artística permitió una curatoria que recogió estímulos en distintos formatos y géneros, abordando a Violeta en múltiples dimensiones, tradiciones y transgresiones.

Trabajamos desde el teatro una revisión musical y biográfica inspirada en su labor como recopiladora, para compilar a su vez entrevistas y anécdotas que tomaron cuerpo en una producción GAM escrita por Luis Barrales, Trinidad González y el elenco de *En fuga no hay despedida*. La mirada de una Violeta niña en una versión familiar e inclusiva fue reflejada en *Ayudándole a sentir*, coproducción GAM dirigida por Juan Pablo Peragallo con la codramaturgia de Manuela Infante. Su música estuvo presente con *Destino desamor*, cantata teatral con Annie Murath bajo dirección de Gonzalo Pinto. También nos acompañaron los coros ciudadanos de los hermanos Ibarra con más de 100 intérpretes en *Violeta ciudadana*. Y las regiones estuvieron presentes con *El pájaro de Chile*, trabajo de la compañía penquista TeatroReconstrucción inspirado en sus décimas.

La arpillera y el textil, tan emblemáticos de su imaginario plástico, inspiraron *Releyendo a Violeta*, título que agrupó las exposiciones *Violeta y la pintura instintiva* y *Al hilo de Violeta*, en las salas MAPA y de Artes Visuales, respectivamente.

El trabajo con audiencias también rescató a nuestra folclorista en talleres de BiblioGAM, Mediación y Educación, particularmente en el coro de profesores Voces GAM.

Otro foco fue el rescate de memoria de artes escénicas. La producción GAM *Locutorio*, conmemoró 10 años de la muerte del dramaturgo Jorge Díaz. La obra dirigida por Cristian Plana además logró ser un doble tributo al contar con la actuación de Alejandro Sieveking, Premio Nacional 2017. Otra creación de excelencia fue *Esto (no) es un testamento*, trabajo testimonial de la Laura Palmer en una coproducción con GAM e ICTUS, que rescató la trayectoria de la primera compañía de teatro independiente en Chile.

La contingencia social propia de nuestro permanente diálogo con la realidad y las artes, nutrió puestas artísticas como *Pompeya*, con la dirección de Rodrigo Soto, y *Malén*, del coreógrafo Ricardo Curaqueo. Ambos proyectos fueron premiados por el Círculo de Críticos de Arte.

Fue un año exitoso no solo en contenidos sino también en su recepción. Así, en mayo la ocupación de sala alcanzó 87,7%, la cifra más alta desde 2014.

Este año GAM intensificó su rol como centro cultural nacional, ampliado su mirada de acceso y territorio. Bajo la premisa de #GAMConecta logramos números históricos en circulación. Funciones en regiones y en comunas de la RM dieron un paso en la descentralización de nuestra oferta. En el trabajo con audiencias, por primera vez se logró una residencia de intercambio en gestión: en un programa piloto recibimos a cinco organizaciones culturales de la región de Los Ríos. En Valdivia también estuvimos presentes con el proyecto World Voice, y nuestro programa HAPTO fue a Concepción y Puerto Montt.

Pero las acciones programáticas de cara a las regiones no pueden consolidarse sin políticas claras en el aspecto organizacional. Por eso nuestra convocatoria por primera vez incluyó financiamiento para proyectos seleccionados de regiones distintas a la Metropolitana. Otra novedad fue la apertura de una convocatoria para música popular, tanto para conciertos como para uso del estudio de grabación.

El intercambio territorial se intensificó también en el plano internacional. Se participó en 10 instancias en el extranjero entre festivales, mercados y conferencias, concretando firmas de convenio y un aumento consistente en nuestra programación internacional con tres obras australianas, una argentina y una traída desde el Festival Fringe de Escocia. Además, BiblioGAM celebró 120 años del tratado de colaboración entre Chile y Japón.

Por último, los seminarios acompañaron la discusión de buenas prácticas con la primera versión de un Seminario en Educación y con la tercera versión del Encuentro de Prácticas Inclusivas en la Cultura y las Artes: INCLUYE.

—
PAMELA LÓPEZ RODRÍGUEZ
Directora de programación y audiencias



Año nuevo © Jorge Sánchez

PROGRAMACIÓN

TEATRO

14

La ocupación de salas pareciera ser un indicador relevante en términos de los formatos de exhibición escénica, consolidando indicadores de encuentro con los públicos. Para funciones de artes escénicas y musicales en GAM este indicador alcanza un porcentaje de 68,7% el año 2017. En este sentido, no podemos dejar de destacar el mes de mayo 2017 donde se llegó a cifras históricas para GAM (85,7%)

El mes de mayo, mes del teatro para las celebraciones nacionales, nos acompañó precisamente de obras que se dedicaron a rescatar dramaturgias clásicas y locales tales como las de Juan Radrigán (con la reposición de *Amores de cantina*), Germán Luco Cruchaga (*La viuda de Apablaza*) y Alejandro Sieveking (con *Locutorio*).

En general, en otros periodos del año, las obras que destacan por su alto porcentaje de ocupación de salas son *TUM* (98,8%), *Nüpaaka, un viaje a nuestros ancestros* (95,5%), *Ricardo III* (94,3%), *Rito de primavera* (93,4%), *Pompeya* (92,1%), *Amores de cantina* (91,1%), *Chiflón, el silencio del carbón* (89,8%), y *Los peces no vuelan para niños y niñas* (89,5%).

Es relevante observar que, en general, es el teatro familiar el género o el sub segmento artístico que genera índices más altos

de ocupación de sala en relación a otras tipologías de artes escénicas. Mientras el teatro familiar mantiene una ocupación anual de 72,7%, el teatro general llega a 70,1%, mientras que la danza a un 64,5%.

En nuestro periodo programático, la obra más vista resultó ser *En fuga no hay despedida*, una producción GAM que rescató el legado de Violeta Parra en la celebración de su centenario. La obra, dirigida por Trinidad González y escrita por Luis Barrales y elenco alcanzó un total de 4.390 espectadores. En segundo lugar, la coproducción *Año Nuevo*, de Teatro Viaje Inmóvil logró 3.589 espectadores.

Otro elemento a considerar en las estrategias programáticas, tuvo que ver con potenciar en mayor medida el intercambio internacional. En 2017 recibimos tres producciones en el contexto de nuestro Ciclo Australia Contemporánea (*Cockfight*, *Oedipus Schmoedipus*, *Piece for person and ghetto blaster*) con el fin de compartir algunos hitos del continente oceánico y también la obra argentina *Quiero decir te amo*, que trajo por segunda vez a GAM al director Juan Parodi, pero esta vez gracias a un convenio de colaboración con el INT (Instituto Nacional del Teatro – Argentina).

-
421 funciones en salas
48.750 espectadores en salas
70,3% ocupación de salas
40 funciones de teatro y performance
en espacios abiertos
1.888 espectadores de teatro
y performance en espacios abiertos

En fuga no hay despedida © Jorge Sánchez



Ayudándole a sentir © Jorge Sánchez



Locutorio © Jorge Sánchez



141 funciones en salas
9.354 espectadores en salas
64,5% ocupación de salas

DANZA

La danza es uno de los géneros que usualmente requieren de mayores compromisos en el plano de la formación de nuevos públicos. Es por esto, que vale la pena destacar que durante el 2017 se promueve el incentivo de nuevas políticas de desarrollo de audiencias que van de la mano con procesos de fomento al acceso. En este caso, estuvo asociado a los costos de asistencia y se incorporan así los **Jueves de danza** que buscaron contar con un día de precios reducidos para potenciar el consumo de la actividad en audiencias jóvenes. Los resultados de esta iniciativa fueron exitosos, logrando aumentar los jueves en un 12,1% la ocupación de sala para la danza en comparación con 2016.

En nuestros espacios abiertos, se continúa potenciando el incentivo a la danza a través de nuestras comunidades, lo que se generó a través de la organización del **Día de la danza 2017** como una celebración masiva y participativa, como un evento ciudadano

que de cara a la Alameda y con diversas actividades de clases masivas logró congregarse a 1.991 participantes.

Para la danza, en 2017 las obras con mayor cantidad de público resultaron ser *Malén*, de Ricardo Curaqueo con 1.198 espectadores, seguida de *La mundial* con 892.

En los hitos de nuestro trabajo de internacionalización en 2017 GAM articuló funciones de la obra *Dancer*, un espectáculo seleccionado en el Festival de Edimburgo en 2016 que además fue parte de nuestro proyecto de inclusión. Por primera vez en los escenarios de GAM, el centro cultural articula una propuesta internacional con intérpretes en situación de discapacidad. Esto abre el concepto de la inclusión a parámetros que abordan a la creación como fenómeno global, más allá de la experiencia de los espectadores.



Malén © Jorge Sánchez



La mundial © Jorge Sánchez

CIRCO

El circo se hizo presente de diversas maneras y formatos en 2017. Uno de ellos fue a través de nuestra programación de sala donde destacaron dos proyectos: *Kabinete de Madame Forest* y *Ni desnudo ni bajando la escalera*. Entre ambas, acogieron a un total de 1.698 espectadores.

La compañía Diminuto Circus, por su parte, instaló en los meses de septiembre y octubre una carpa multicolor que recibió dos de sus espectáculos: *Arjé* y *Tecnología de punta*. En esta ocasión, y en un formato de convocatoria, el proyecto de Diminuto Circus junto a programación GAM colaboraron para llamar a los circenses del país a ser teloneros del espectáculo. En la ocasión, fue Menso, el payaso quién acompañó los preámbulos de las funciones contagiando alegría a los grandes y pequeños espectadores.

El circo, en su género, es uno de los catalizadores anuales de uno de los mayores porcentajes de ocupación de sala en GAM alcanzando un 74,8% anual.



Arjé © Diminutos Circus

—

31 funciones

1.698 espectadores en salas

74,8% ocupación de salas

15 presentaciones en espacios abiertos

1.004 espectadores en espacios abiertos



Kabinete de Madame Forest © Jorge Sánchez



U. Alberto Hurtado

MÚSICA CLÁSICA

La música docta es parte de los esfuerzos de GAM por mantener colaboración y convenios vigentes y activos con las diferentes organizaciones, orquestas y universidades que dictan cátedras relativas a la música. Son más de 6.600 espectadores los que año a año disfrutan de la oferta de ciclos y programas las que en su amplia mayoría constituyen una oferta gratuita.

Destacó en particular este 2016 el concierto de Paolo Bortolameolli *Sinfonías de Cámara* de Arnold Schönberg con Solístico de Santiago, el cual fue reconocido por el Círculo de Críticos de Arte como lo mejor del 2017. En el concierto, Bortolameolli dirigió al grupo Solístico de Santiago, orquesta de cámara integrada por músicos de la Orquesta Filarmónica de Santiago.



-
39 conciertos en salas
6.621 espectadores en salas
65,8% ocupación de salas



MÚSICA POPULAR

La música popular convocó a 7.832 personas en GAM durante el año 2017 aumentando así la cantidad de espectadores respecto al 2016. Como política estratégica que busca acercar el mundo de la música a la oferta constante del centro cultural, este año se dio cabida a una diversidad de proyectos en variados géneros y estilos.

Importante fue el hito que marcó la celebración del Centenario de Violeta Parra como excusa para reunir en el escenario a destacados intérpretes que rememoraron su música. Algunos de estos conciertos fueron: Las últimas composiciones de Violeta Parra encabezadas por Javiera y Ángel Parra y Canto para Violeta, recital de Colombina Parra en el marco de Tocatas Mil.

En términos de nuestra línea memoria, patrimonios y utopías, destacó la participación de la Regia Orquesta en el contexto de la celebración del día nacional del Teatro, donde el público pudo rememorar las clásicas canciones de la obra "La Negra ester"

Recibimos por primera vez en GAM el Festival Brotes de Invierno, encabezado por Nano Stern el que ya en su 4 edición generó una grilla de destacados invitados nacionales tales como Natalia Contesse y Magdalena Matthey, entre otros.

—
 46 conciertos en salas
 7.832 espectadores en salas
 65,7% ocupación de salas

3 presentaciones de música popular en espacios abiertos

266 espectadores de música popular en espacios abiertos



Denise Rosenthal

—
3 exposiciones
61.442 visitas

SALA MAPA

La Sala de Arte Popular acogió 3 exhibiciones durante el año, alcanzando un total de 61.442 visitas, cifra que representa un alza del 25,4% en comparación con el 2016.

Las exposiciones fueron: *Siete premios Maestros Artesanos*, *El juguete en el arte popular* y *Violeta y la pintura instintiva*.

Se observa, además, que el mes con mayor cantidad de visitantes corresponde a julio, con 9.036 visitas, esta tendencia se repite respecto al año anterior. De las exposiciones realizadas, destaca *El juguete en el arte popular*, que alcanzó un total de 26.829 visitas, con un promedio diario de 271 visitas.

—
6 exposiciones
80.341 visitas

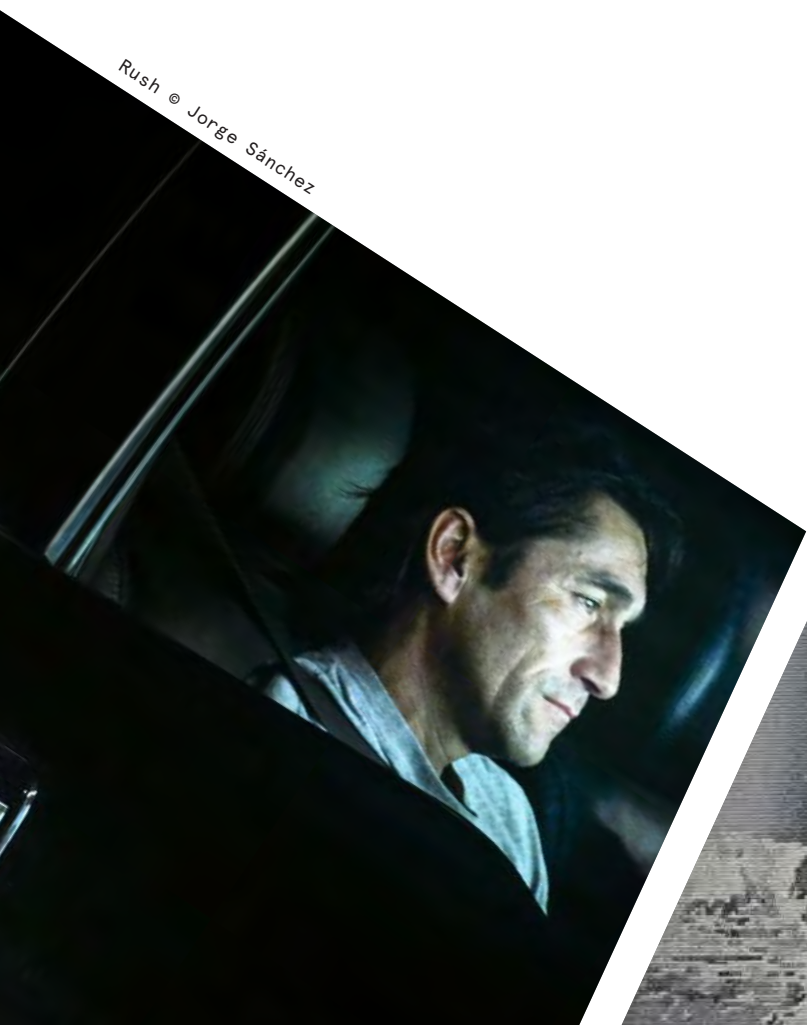
ARTES VISUALES

La Sala de Artes Visuales de GAM exhibió durante el 2017 un total de 6 exposiciones, registrando 80.341 visitas durante el año y aumentando en un 9,5% nuestros públicos anuales para esta disciplina.

Por primera vez se exponen en sala muestras que ingresan vía convocatoria tales como: *Del cóndor al oso: 75 años de animación en Chile* organizada por Chilemonos y RUSH - *La vida a la velocidad de la espera*. Otras de nuestras exposiciones se generaron mediante organizaciones colaboradoras tales como: *Paisajes imaginados*, (Santiago a Mil) *Primavera de la juventud* (el colaboración con Art Santiago) y *Añiches de colección* (UDP).

En el contexto de las celebraciones de Violeta Parra, *Al hilo de Violeta* se convirtió la exposición más vista con 20.298 visitantes. En relación a los meses del año, el mes con mayor número de visitas corresponde a septiembre, registrando 9.824 visitantes (*Al hilo de Violeta*), seguido de mayo, con 9.266 visitantes (*Del cóndor al oso: 75 años de animación en Chile*).

Rush © Jorge Sánchez



Al hilo de Violeta



—
 656 actividades
 67.389 asistentes

OTRAS ACTIVIDADES DE PROGRAMACIÓN

Nuestras otras actividades de programación responden a iniciativas que abran el uso del edificio a la ciudadanía potenciando lenguajes, discursos y líneas estratégicas del centro cultural. Entre estas, una acción relevante son todos aquellos convenios formales con Festivales e instituciones tales como Chilemonos, Lapiz de Mina, Santiago Off, Santiago a Mil, FOJI, Art Santiago, nuestros convenios con universidades y FAMFEST.

Por otro lado, se potenciaron aquellas iniciativas que discutieran sobre políticas culturales, sectoriales y aquellas gremiales que pusieran en valor reflexiones sobre el papel de las artes. A modo de ejemplo, se desarrolló en GAM el Primer Encuentro Nacional de la Red de Salas de Teatro, El Mercado CHEC, iniciativa del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes que se constituye como un escenario de vinculación y concreción de negocios entre empresas de diferentes sectores productivos y empresas creativas. En la misma línea, se co-organizó con

Santiago Creativo y el Observatorio de Políticas Culturales (OPC) el debate de los principales candidatos presidenciales sobre cultura quienes presentaron las propuestas de políticas culturales en sus respectivos programas de gobierno.

Una línea estratégica del Centro Cultural GAM que comienza a tomar forma en 2017 fue #GAMCircula, acción que promueve el acceso de públicos a través de la descentralización. Este año GAM se propuso llevar sus obras fuera del edificio, llegando a distintas comunas del país. En total se realizaron 59 funciones de circulación, 8 regiones distintas y 21 comunas, las que convocaron un total de 19.119 espectadores.

De estas funciones 20 fueron de acceso gratuito (33,9%) y 39 de acceso pagado (66,1%). En cuanto al público, 8.695 espectadores accedieron de manera gratuita (45,5%), y 10.424 de acceso pagado (54,5%).





AUDIENCIAS

EDUCACIÓN

Educación GAM desarrolla programas de formación artística que buscan promover el acceso de estudiantes y docentes de nivel escolar a una programación de artes escénicas y musicales de calidad. Estos programas son complementados con actividades de formación dirigidas por el equipo de Educación, artistas en residencia y organizaciones colaboradoras, con el fin de entregar herramientas de apreciación y goce artístico.

La programación educativa 2017 contó con trece conciertos educativos, tres funciones de danza y dos de teatro, para estudiantes de educación parvularia, básica y media de colegios de la Región Metropolitana. Los conciertos educativos se realizaron en alianza con la Universidad Alberto Hurtado, el Departamento de Música y Sonología de la Universidad de Chile, las Orquestas Juveniles e Infantiles (FOJI) y Pro Jazz. En el caso de las obras, en danza se presentaron *Cuerpo fronterizo*, *La mundial* y *El cuerpo de la letra* y, en teatro, *El árbol de las naranjas* y *Ayudándole a sentir*.

Para asegurar el acceso de estudiantes de sectores vulnerables a la programación educativa, se trabajó en alianza con las Municipalidades de Quilicura, Estación Central, Renca e Independencia, la Fundación Belén Educa y la Vicaría de la Educación.

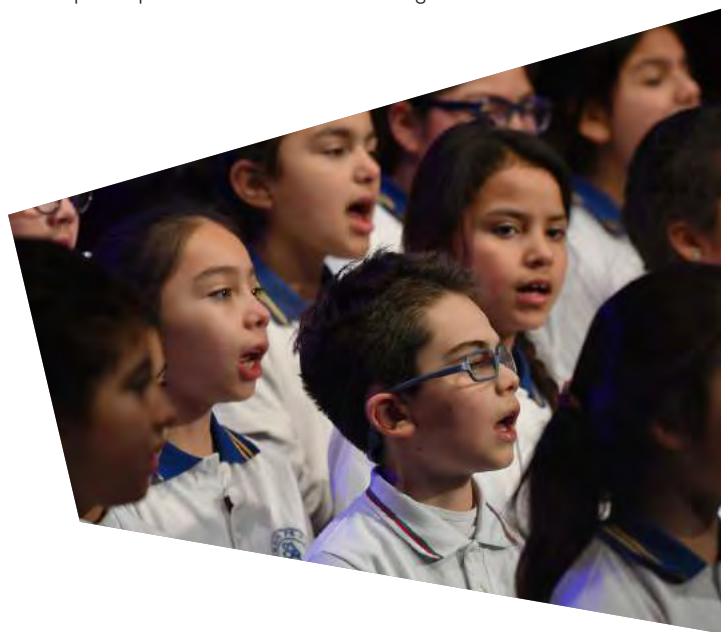
El programa de profesores, continuó con la línea de capacitación docente en temas de artes escénicas, musicales y estrategias innovadoras de educación artística. Destacan las capacitaciones en la metodología coral británica *World Voice* que se llevaron a cabo en la Escuela de verano GAM y en Valdivia gracias a una alianza con la Universidad Austral, certificando en total a más de 60 docentes. Asimismo, por tercer año consecutivo el coro *Voces GAM* participó de diferentes instancias en las que los docentes pudieron mostrar el trabajo desarrollado junto a sus estudiantes: *Voces para Violeta*, intervención musical en la estación de metro Universidad Católica con 200 estudiantes de cursos de enseñanza básica y media, actividad realizada en conjunto con el CNCA para conmemorar el centenario de Violeta Parra; presentación en *CREAR+INNOVAR, Encuentro de creatividad en la educación*; y el concierto *Nuestras voces un sólo canto*.

Por primer año se realizó *CREAR+INNOVAR, Encuentro de creatividad en la educación* en conjunto con el CNCA y con

la colaboración de British Council, Red Regional de Artes en la Educación y Citylab. Durante tres jornadas, especialistas de Reino Unido y Chile presentaron casos de creación artística e innovación en educación, orientados a profesores y profesionales de la cultura. En paralelo, se realizaron dos talleres prácticos para docentes sobre herramientas del canto para la enseñanza y sobre reconocimiento emocional en el aula.

En la línea arte y ciencia, se llevó a cabo por cuarto año consecutivo el *Festival de Ciencia y Teatro* (FETyC), en alianza con los Proyectos Asociativos Regionales del Programa EXPLORA CONICYT de la Región Metropolitana. Proyecto que busca promover el aprendizaje de las ciencias en estudiantes de enseñanza media, a través del lenguaje de las artes escénicas. Por medio de un programa de formación, docentes y estudiantes, accedieron a talleres sobre contenidos científicos, dirección teatral, desarrollo de personajes y montaje técnico, para la elaboración de obras de teatro. El 2017 fueron seleccionados 9 colegios que presentaron sus obras en tres jornadas de festival, con un total de 116 participantes de las comunas de Lo Barnechea, Conchalí, Independencia, San Miguel, La Florida y La Pintana. Además, se realizaron eventos de difusión de proyectos científicos escolares en las ferias: *Navegantes en un mar de ciencias*, *Regional de educación para el desarrollo sustentable* y *Estrellitas de la ciencia*.

El programa Jóvenes Críticos, instancia que busca promover el desarrollo de un enfoque crítico sobre las artes escénicas entre adolescentes, estableció nuevas alianzas para potenciar el trabajo de los jóvenes participantes con el festival Santiago Off.



MEDIACIÓN

Mediación GAM tiene como objetivo facilitar el acceso desde la inclusión y la participación social a través de metodologías participativas de vinculación y apreciación, con el fin de generar espacios diversos hacia y con las comunidades. Gracias a su relación sostenida en el tiempo con organismos del Estado y a una red de colaboradores privados, ONGS y fundaciones que atienden las necesidades de públicos afines, ha logrado garantizar el acceso de los sectores más vulnerables de la población. Entre las actividades más destacadas de 2017, se encuentran:

INCLUSIÓN, DIVERSIDAD Y REGIONES

Continuidad de la línea de inclusión de personas en situación de discapacidad (PeSD) mediante el *III Encuentro Incluye*, financiado por el Fondo Nacional de Proyectos Inclusivos (FONAPI) del Servicio Nacional de la Discapacidad (SENADIS), que contó con invitados internacionales de Uruguay y España. Esta experiencia fue precedida por la realización de cinco talleres artísticos inclusivos y una capacitación en lengua de señas chilena, dirigida a agentes culturales.

Así también, en conjunto con la Universidad San Sebastián, se desarrolló el proyecto *Hapto, ver y sentir en tu región*, gracias al financiamiento del SENADIS. El proyecto consistió en la realización del programa Hapto en las diferentes sedes de dicha universidad: Santiago, Concepción, Puerto Montt y Valdivia, con la participación de 540 estudiantes universitarios y de colegios municipales. El proyecto contempló la realización de un registro audiovisual de las intervenciones realizadas, trabajo que culminó con un documental.

Dentro de la línea de inclusión y diversidad, se implementó el programa de género y diversidad, el cual se concretó con la realización de un ciclo de talleres, charlas y conversatorios. A esto se sumó la residencia colaborativa *Gabriela, te pienso*, que buscaba generar un espacio de reflexión en torno a la imagen de Gabriela Mistral desde la perspectiva de género.



PARTICIPACIÓN Y COMUNIDAD

Se desarrolló el programa *Adulto mayor, participación y memoria*. Destaca el taller de expresión oral dirigido por Humberto Duvauchelle en la Escuela de invierno y los talleres y charlas sobre envejecimiento activo realizados en colaboración con la corporación Acción Mayor. Además, se llevó a cabo el taller de artes escénicas que culminó con el montaje *Lalane, la despedida de Benito*, creación colectiva que puso en discusión la situación de la migración en nuestro país desde el punto de vista de los adultos mayores.

Otras acciones comunitarias dirigidas a grupos de interés, fueron la cooperación y articulación con Sala MAPA de la Universidad de Chile, que llevó a cabo el proyecto *Releyendo a Violeta*. De dicha actividad, se desprendieron el workshop *La pintura instintiva* y el taller *Al hilo de Violeta*. Finalmente, dentro de esta línea de trabajo, *Vivo Yoga* fue otra de las actividades destacadas de 2017.

PROGRAMACIÓN ARTÍSTICA

Se trabajó en conjunto con la programación artística generando nueve funciones dirigidas a grupos vulnerables y públicos fidelizados. Entre ellas, destaca la conformación del elenco ciudadano del montaje teatral australiano *Oedipus Schmoedipus*, que contó con la participación de algunos integrantes de los talleres artísticos inclusivos.



Vivo Yoga © Jorge Sánchez

BIBLIOGAM

Durante 2017 BiblioGAM registró un total de 31.070 usuarios. Además de los servicios bibliográficos, este espacio ofreció una programación artística y formativa que integró: escuelas de verano e invierno, talleres de lectura y escritura dirigidos a niños, público general y a adultos mayores. También hubo talleres de apreciación artística dedicados a Violeta Parra para público familiar. Por otra parte, se realizaron 11 presentaciones de libros, páginas web y conversatorios, y 7 exposiciones que sumaron 15.888 visitas, una de ellas, *Oficio y arte: el archivo de Antonio Quintana*.

Se destaca el ciclo en conmemoración de los 120 años de la firma del Tratado de Amistad, Comercio y Navegación entre Japón y Chile, que se extendió por dos meses y que incluyó, exposiciones de pintura y filatelia, conciertos, ceremonia del té, muestra de ikebana, talleres de cultura y estética japonesa, manga, entre otros.

—
 31.070 usuarios
 412 actividades
 9.385 beneficiarios



PÚBLICOS

En 2017 se realizan mejoras en la **fidelización** de públicos.

La unidad fortaleció sus servicios de atención al público en el centro cultural, que iniciaron concretamente el 2016:

- Se distribuyeron y fijaron los cargos de todo el equipo humano de la unidad. Considerando responsabilidades individuales para el buen funcionamiento del equipo y la transversalidad de tareas en pro de la optimización de la atención a los públicos GAM en torno a la resolución de problemas, consultas y sugerencias.
- Se amplió el servicio de asistentes de sala, desarrollando más variedad de labores para brindar un mejor servicio a los públicos internos y externos del centro cultural.
- Se reactivaron de forma constante las visitas guiadas, generando una alta demanda de solicitudes, a partir de una variada oferta de recorridos, entre los que destaca la visita de **artes escénicas**, única en su formato en el ámbito cultural.

Se mantuvo la gestión y producción de eventos, entre los que destacan:

- **Jornada de adopción de mascotas**, que en 2017 sumó auspiciadores al encuentro para el financiamiento de las distintas organizaciones animalistas participantes y sin fines de lucro.

- **Museos de medianoche** y **El Día del patrimonio**, que ha permitido generar redes con otros espacios culturales de la región y del país.

- Se trabajó el contenido del **Día de la danza** junto con las comunidades de GAM. Por otra parte, hubo un trabajo íntegro y significativo con las otras áreas de GAM.

Durante el 2017, La unidad se suma a la Red de Salas de Teatro, como miembro del comité de ticketeras, instancia que busca encontrar un soporte de ventas ad hoc para los teatros que son integrantes de esta organización. La unidad aportó con la experiencia y conocimientos en esta línea, asesorando a los otros miembros del comité y definiendo la mejor opción para las salas de teatro de la Región Metropolitana.

Se consolidó la gestión del desarrollo armónico de las agrupaciones que utilizan los espacios públicos de GAM, sumando las siguientes comunidades: **baile latino, animalista, del libro, de baile urbano, circense, K-Pop, del patín, del hula hula, Asifim y de esgrima medieval**.

26

Adopción de mascotas © Jorge Sánchez



49 actividades
3.257 beneficiarios



ESTUDIOS

La unidad de Estudios se dedica a generar, sistematizar y analizar datos de todas nuestras actividades y públicos, incluida una caracterización de quienes visitan el centro cultural y la evaluación de algunos programas de Audiencias.

Durante 2017, con el objetivo de contribuir con información actualizada para la toma de decisiones a nivel de gestión, se realizaron una serie de cambios conducentes a mejorar la información cuantitativa y cualitativa de GAM.

Por una parte, la séptima versión de la Encuesta de Caracterización de Públicos incorporó nuevas variables a estudiar, importantes para repensar el comportamiento de los públicos, sobre todo en miras a la segunda etapa. Se incorporaron preguntas en torno al uso de dispositivos móviles, nuevas tecnologías y redes sociales, y sobre la disposición de pago frente a distintos tipos de espectáculos artísticos. También se hizo necesario agregar preguntas de participación en organizaciones sociales y comunitarias, y sobre las motivaciones y factores que inciden en la planificación de la asistencia a actividades culturales.

La muestra 2017 aumentó a 1.331 casos para ser representativa ante el incremento de público de los tipos de actividades y espacios que ésta considera: programación artística, actividades de audiencias, comunidades en plazas y usuarios de BiblioGAM. A ellas se sumaron por primera vez los servicios como el Café Público, Restorán Lucila de Nosotros, Librería del GAM y E.N.D. Frente a este desafío, el equipo de encuestadores aumentó el período de trabajo a dos meses y medio en el levantamiento de información en terreno.

Por otra parte, se realizaron evaluaciones de algunos programas de Audiencias. Así por ejemplo, se coordinó la práctica profesional para la investigación cualitativa del III Festival Escolar de Teatro y Ciencia FETyC, cuyo objetivo se centró en identificar y describir los conocimientos, habilidades y aprendizajes adquiridos por los estudiantes durante el desarrollo de la intervención, junto con caracterizar el grado de involucramiento con el proceso de creación de las obras teatrales. La investigación resultó un insumo importante para la planificación de sus siguientes versiones al profundizar en los principales obstáculos y potencialidades de carácter operativo del programa.

Durante 2017 la unidad de Estudios participó en instancias de intercambio con otras entidades culturales: expuso sobre nuestros modelos de medición y evaluación de actividades en el conversatorio del Lanzamiento de Estudios del Museo de la Memoria y los Derechos Humanos. De la misma manera, en el contexto del programa Residencia Valdivia en GAM, desarrolló el módulo "Conceptos claves y parámetros de mediación sobre los públicos y las audiencias" para organizaciones artísticas de la región.

Sobre la sistematización de información de las actividades y públicos, la Unidad de Estudios elabora informes mensuales, los cuales son necesarios para el seguimiento actualizado de nuestras metas e indicadores de gestión. En esta medida se hicieron nuevos cruces de datos como por ejemplo los flujos de públicos específicos según semana y día del mes.

El Reporte anual de actividades concentra toda la información además de establecer comparaciones respecto a años anteriores, permitiendo establecer proyecciones a largo plazo.

27

—
[Ver informes y encuesta de caracterización de públicos en gam.cl](#)

Milonga callejera © Jorge Sánchez



COMUNICACIONES Y MARKETING

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES Y MARKETING

El desafío de 2017 fue comenzar a posicionar a GAM como un referente cultural latinoamericano en el intercambio entre Santiago y regiones y entre ciudades latinoamericanas. En ese sentido, nos propusimos como objetivo lograr visibilidad en regiones y a nivel internacional para llegar a nuevas audiencias. Para ello fue necesario comenzar a vincular a GAM más allá de Santiago. Algunas de las iniciativas fueron:

- Instaurar el concepto #GAMConecta en redes sociales, prensa y materiales impresos para referirse a la circulación de obras desde y hacia regiones y a la programación internacional.

Con ese concepto se le dio una impronta tecnológica al lanzamiento de la programación 2018. La forma de comunicarla fue eligiendo que el "medio fuera el mensaje" a través de una puesta en escena con hologramas, proyecciones del tamaño del escenario con lenguajes de redes sociales (emojis, whatsapp) que permitieron conectarnos con nuevos públicos. Por primera vez el lanzamiento de la programación, que llenó la sala, fue transmitida por streaming en HD para llegar a regiones y a otros países. La campaña previa por primera vez incorporó gif e invitaciones bilingües que crearon la expectativa necesaria para una cobertura total de prensa

- Publicar un impreso bilingüe (español-inglés) que ha sido el puntapié inicial para ir a ferias internacionales y contactarnos con nuestro público de turista. La conexión con regiones la realizamos principalmente a través de importantes publicaciones de prensa (144) en las que se destacaron obras en giras y capacitaciones de gestión cultural.

- Realizar una campaña de relevancia turística: Gabriela & Violeta marcó el año con una web serie que protagonizaron Gabriela Mistral y Violeta Parra en formato de pequeñas muñecas. Los videos cobraron tal importancia que se sumaron colaboradores que permitieron hacer una landing page y dos muñecas de tamaño natural que fueron un hito turístico en plaza central de GAM, especialmente porque las acompañaba una entrevista en Artes y Letras con temas de interés nacional. La campaña buscó relevar el mensaje de dos mujeres artistas chilenas que en el siglo XXI tienen absoluta vigencia. Así, las muñecas dieron una entrevista en CNN Chile a la periodista Mónica Rincón donde respondieron con citas textuales de temas de actualidad; infancia, género, pobreza, corrupción, entre otros. Ese último capítulo de la web serie fue transmitido en el noticiero central de CNNChile y viralizado con gran éxito.

- La campaña de hashtags en la Alameda fue otra forma de conectarse, pero esta vez con las tendencias sociales chilenas. Se eligieron 3 causas que se cruzan con la identidad de GAM (con el quehacer y la programación del centro cultural): #YaNoEstánSololos (en defensa de la infancia), #NiUnaMenos (no a la violencia de género) y #ChileDiverso (inclusión).

A nivel de capacitación el equipo de comunicaciones y marketing impartió charlas de comunicaciones estratégicas en universidades y dentro de programas de circulación.

En comunicaciones internas el objetivo fue conseguir mayor interacción, lo que se logró a través del aumento de la participación en el grupo privado de @gamitos y activando campañas que distendieran el ambiente laboral.

—
XIMENA VILLANUEVA GARIN
Directora de comunicaciones y marketing

COMUNICACIONES

PUBLICACIONES PERIODÍSTICAS

Los datos de este informe fueron realizadas a partir del monitoreo de prensa que entrega la empresa Globalnews:

La cantidad de publicaciones de prensa respecto del 2016 aumentó en un 25%

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Publicaciones: 4.190 (3.354 el 2016)
Promedio mensual: 349 (280 el 2016)

Aumentó en un 18% respecto al año anterior

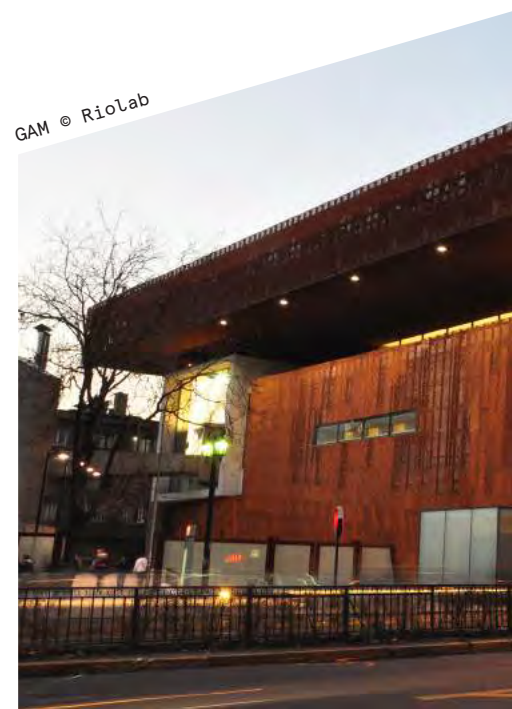
INVERSIÓN PUBLICITARIA ESTIMADA¹

Total anual: \$7.099.888.399
Promedio mensual: \$591.657.367
(\$6.038.220.083 el 2016)

ANÁLISIS CUALITATIVO

Publicaciones positivas: 3.905 (93%)
Noticias negativas: 22 (0,5%)
Noticias neutras: 263 (6%)

¹ La Inversión Publicitaria Estimada (IPE) corresponde al valor ficticio por centímetro cuadrado en diarios impresos; por segundo en radio y televisión; y el costo de cada mil visitas en los medios de Internet. Es decir, lo que se habría pagado por aparecer



MEDIOS DIGITALES (HIGHLIGHTS)

GAM.CL

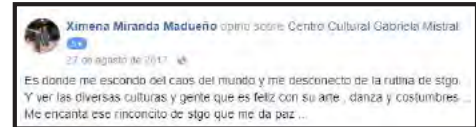
727.723 visitas totales anuales
5 minisitios y landing pages
para públicos específicos
Promedio 43.948 visitas mensuales
↑ 15,7% incremento en las visitas
en un año



REDES SOCIALES

GAM continúa con sus redes de manera estable: Facebook, Twitter, Instagram y Youtube. En cada una de ellas se implementan estrategias comunicacionales, en dirección a generar tráfico hacia el sitio web y consolidar la marca, a través de publicaciones de actividades de programación artística, talleres, campañas digitales y *vida en GAM*.

Ver más información en anexo: medios digitales disponible en gam.cl



Principal red social que el público utiliza para informarse de las actividades de GAM

FACEBOOK

14.733 nuevos fans
346.642 promedio alcance total 28 días²

Es la cuenta que tiene más seguidores en cultura



TWITTER

803.819 seguidores
↑ 35,8% incremento



INSTAGRAM

74.662 seguidores
↑ 25.058 nuevos fans
↑ 50,5% incremento

El mayor en cultura

KLOUT³

80 puntos en índice de influencia en redes sociales

² El alcance responde a la cantidad de personas que llegó la publicación vía directa (seguidor de Fan Page) u orgánica o viralización (compartir).

³ El Klout es un índice que mide en promedio: el número de personas a las que se influye (true reach), el indicador de cuánto se influencia a los seguidores (amplification) y la influencia que tiene una red (network, si la cuenta es seguida por personas influyentes, si ellos la mencionan, etc). Por ejemplo: cuentas de medios de comunicación como La Tercera, CNN Chile; servicios de transporte público como Metro de Santiago, tienen en promedio 84 puntos.

CAMPAÑA GABRIELA & VIOLETA

Iniciativa creada por el equipo de comunicaciones y marketing de GAM con motivo del centenario de Violeta Parra. Una curatoría digital y acción de marca que destaca la figura de Gabriela Mistral quien recibe a la cantautora en el centro cultural que lleva su nombre (GAM), y la invita a vivir el Chile de hoy. Las protagonistas, hechas de lana por la diseñadora escénica Macarena Ahumada, recorren el edificio y otras locaciones en un viaje por las artes, sus historias y críticas sociales.

A nivel de contenido, Gabriela y Violeta hablan del Chile actual, con citas textuales que las artistas dijeron en vida.

Colaboradores: Museo Violeta Parra, El Mercurio, Metro de Santiago, Santo Crochet, CNN Chile, UDLA.

+ de 18 mil reacciones en Facebook
 + 1 millón 400 mil personas alcanzadas
 + 16 mil interacciones en Instagram
 + de 5 mil interacciones en Twitter
 3.183 páginas vistas en Landing page



INSTALACIÓN EN PLAZA CENTRAL GAM

+ de 1600 fotos subidas por los visitantes en Instagram

23 publicaciones en prensa⁴

Presencia en Metro de Santiago (1 adhesivo metro)

Presencia en edificio (pendones y adhesivo)

Edición de Artes y Letras confeccionado en arpillera, con entrevista a Gabriela y Violeta

WEBSERIE

Las imágenes son grabadas sólo con celulares para generar capítulos sueltos y lúdicos, independientes entre sí y que invitan a conocer a estas dos grandes mujeres en una faceta nunca antes vista.

4 capítulos

139.566 reproducciones totales⁵

Spot en CNN Chile

1 capítulo emitido en noticiero central de CNN Chile



⁴ Diarios, sitios web, radios, TV.

⁵ Youtube, Twitter y Facebook.

COMUNICACIONES INTERNAS

PIEZAS IMPRESAS

12 afiches instalados en diarios murales

COMUNIDAD VIRTUAL EN FACEBOOK

76 miembros de un total de 97 trabajadores

36 miembros activos

47% de participación

CAMPAÑAS ESTACIONALES

1 foto anual equipo GAM

5 campañas estacionales de saludo

Primeros premios en comunidad virtual

34

30 – Susana

¡Felicidades!



¡Felicidades!



Lanzamiento programación © Jorge Sánchez

MARKETING

GAM CORPORATIVO

Bajo el concepto #GAMConecta se lanzó la programación 2018. El mensaje apuntó a la incorporación de tecnología en cultura y de circulación de obras desde y hacia regiones. Se produjo en conjunto con otras áreas, el evento de lanzamiento con una intervención de danza con hologramas y efectos digitales que se transmitió por streaming en HD que fue visto en regiones y fuera de Chile.

Se realizaron invitaciones bilingües, un programa impreso y hubo alta cobertura de prensa.

Por otra parte se imprimió el primer brochure corporativo bilingüe de GAM para llegar a nuevas audiencias.



INTERVENCIONES

En 2017 se realizaron tres nuevas instalaciones en el edificio:
Mural Haití, hashtags en Alameda y pantallas en el edificio.



INCLUYE

Impreso: 1 adhesivo, 1 pendón, 1 afiche, 600 programas, 120 diplomas, 300 bolsas y croqueras

Digital: 4 web flyers, 1 invitación, envíos masivos, banner gam.cl, facebook y fondo de pantalla

Audiencias



INCLUYE
3ER ENCUENTRO DE PRÁCTICAS
INCLUSIVAS EN LA CULTURA Y
LAS ARTES



Encuentro
P
Talleres
13 de n

Int
lengu
4 de

Inscripción
gam.c

14, 15 y 16 junio
Miércoles Viernes - 10:00 a 18:30 horas
Edificio B, piso 1, Sala C1

Gratuito - previa inscripción
Cursos limitados

CAMPAÑAS AUDIENCIAS

Difusión completa de las principales actividades de Audiencias:
Encuentro Incluye, Festival Escolar de Teatro y Ciencia (FETyC) y Vivo Yoga.

FETyC

Impreso: 2 pendones roller, 1.000 programas de mano, 100 diplomas, 300 botellas metálicas (merchandising)

Digital: 1 web flyer, 3 invitaciones, envíos masivos, banner gam.cl, facebook y fondo de pantalla



VIVO YOGA

Impreso: 1 pendón, 4 afiches, 2 pendones roller, 600 programas y 128 credenciales

Digital: 1 web flyer, envíos masivos, banner gam.cl, facebook y fondo de pantalla.



Encuentro Incluye 2017

Participa en los talleres artísticos inclusivos del 14 al 16 de marzo al 22 de mayo

Introducción a la Lengua de señas chilena del 13 al 15 de abril al 13 de junio

Para más información y más info en: incluye@gam.cl

Este proyecto aborda a la inclusión social de personas en situación de discapacidad y es financiado por el Servicio Nacional de la Discapacidad (SINADIS).



DIFUSIÓN DIGITAL

CARTELERA SEMANAL

44 envíos masivos anuales
Destinatarios: 28.837 contactos promedio

WEB FLYERS

56 web flyers anuales
Destinatarios: Redes sociales GAM

BOLETÍN MEMBRESÍA ADULTO MAYOR

Cantidad anual: 11
Destinatarios: 900 adultos mayores

38



DIFUSIÓN IMPRESA

REVISTA DE PROGRAMACIÓN

5 programas bimensuales al año
Tiraje anual 250.000 ejemplares

Distribución en comunas de la RM:
Santiago Centro, Providencia, Las Condes,
Vitacura, Ñuñoa, Recoleta, Estación Central,
La Florida y Maipú.
En puntos estratégicos como instituciones,
museos, universidades, centros culturales,
municipalidades, bibliotecas, Transantiago,
Bibliometro, entre otros.

PIEZAS GRÁFICAS

Piezas anuales 171
Visitantes que pudieron verlas 1.459.517

Pendones 39
Adhesivos 77
Afiches 53
Programas de mano 2
Programas corporativos 2

39



PUBLICIDAD POR CANJE Y ALIANZAS

MEDIA PARTNERS



CNN CHILE

CNN Chile 700
en cartelera 30 días por campaña



FRASES RADIO GRUPO DIAL

Frases mensuales en las radios:
Zero, Paula, Duna, Disney y Beethoven
4.610 frases de radio anuales



RIOLAB

Producción y edición de spots
para televisión abierta, videos
corporativos, carteleras mensuales en
pantallas al interior del edificio,
pantalla multitouch y campañas
especiales de programación



GLOBALNEWS

Empresa de monitoreo y análisis de
medios. Brinda el servicio de clipping
que incluye el monitoreo de medios de
comunicación periodísticos.



AVISOS EL MERCURIO

- 46 avisos anuales:
- 6 avisos corporativos
- 4 avisos actividades gratuitas y masivas
- 36 avisos de programación artística

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

gam.cl

LOCUTORIO Teatro PRODUCCIÓN GAM

Amor, soledad, vejez y locura. Alejandro Sieveking y Millaray Lobos protagonizan la obra de Jorge Díaz. Un estreno que conmemora 10 años de la muerte del dramaturgo. Dirige Cristián Plana.

Hasta -30% Desc.

13 Mayo al 17 Jun
Mi a Sá – 21 h

EL MERCURIO CNN CHILE DIAL RIOLAB GlobalNews

GAM Alameda 227. Metro UC. Estacionamientos.
Compra de entradas: Boleterías GAM y gam.cl. Infórmate sobre nuestros descuentos.

41

AUSTRALIA CONTEMPORÁNEA

3 → 18
Nov

OEDIPUS SCHMOEDIPUS Teatro

ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

En el ejercicio 2017 el foco estuvo en continuar la mejora de los procesos de las áreas y las tecnologías asociadas a los procesos. En tal sentido se desarrollaron, implementaron y entraron en plena operación, dos proyectos de alto impacto productivo. Por una parte, se desarrolló la intranet corporativa, que junto con mejorar el sistema de información interno, permitirá en 2018 mejorar procesos y optimizar recursos. Hay un grupo de transacciones que en la forma previa requerían de presencialidad, papel, archivo físico, que desde marzo 2018 se realizarán utilizando la plataforma de intranet.

Por otra parte se encuentra en régimen el sistema de presupuesto, que permite una construcción automatizada del proceso presupuestario, entrega herramienta de gestión a las áreas y permite el control de la ejecución.

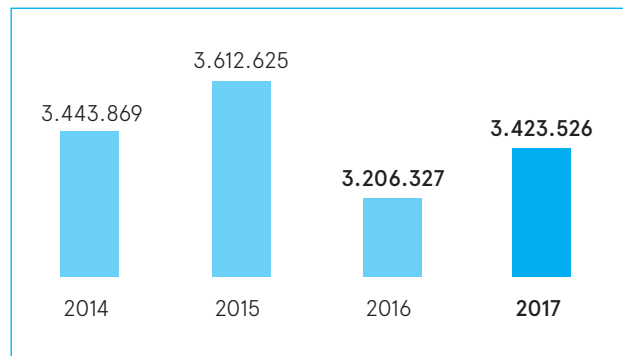
En lo tecnológico, el foco sigue siendo incorporar las TI como apoyo a las unidades productivas de GAM, habiendo generado un cambio en la forma de trabajo del equipo informático, profesionalizando los servicios que esta unidad presta a la

Corporación, estabilizando el acceso a internet, actualizando el equipamiento computacional, optimizando los contratos de servicios. Se encuentra en desarrollo un proyecto de mejora del servicio de soporte informático, con base registral, ticketera de servicio y tiempos de respuesta y solución comprometidos.

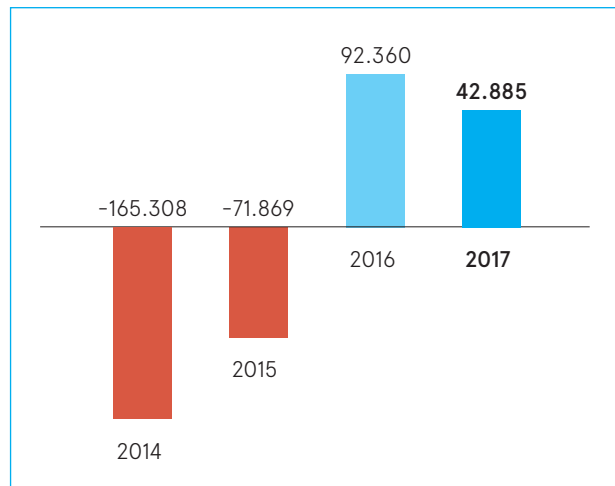
En lo financiero GAM ha tenido un buen desempeño 2017 (superavitario), principalmente explicado por la rigurosidad presupuestaria y la estabilización de sus ingresos. Si es necesario mencionar que en lo relativo a ingresos, hemos ajustado expectativa a la baja, ya que el significativo atraso de la II etapa y las obras civiles de mejoramiento de calles de acceso, han impactado severamente la facturación del estacionamiento e influido negativamente en ventas de los locatarios.

En cuanto al resultado económico del 2017 se puede observar que el superávit del ejercicio, por segundo año consecutivo, ha permitido a GAM disminuir su déficit acumulado al 2015, a menos de un tercio.

Ingresos (M\$)



Excedente o déficit (M\$)



—
 PATRICIO SOTO CARAMORI
 Director de administración y finanzas

NOS APOYAN

AUSPICIADOR INSTITUCIONAL

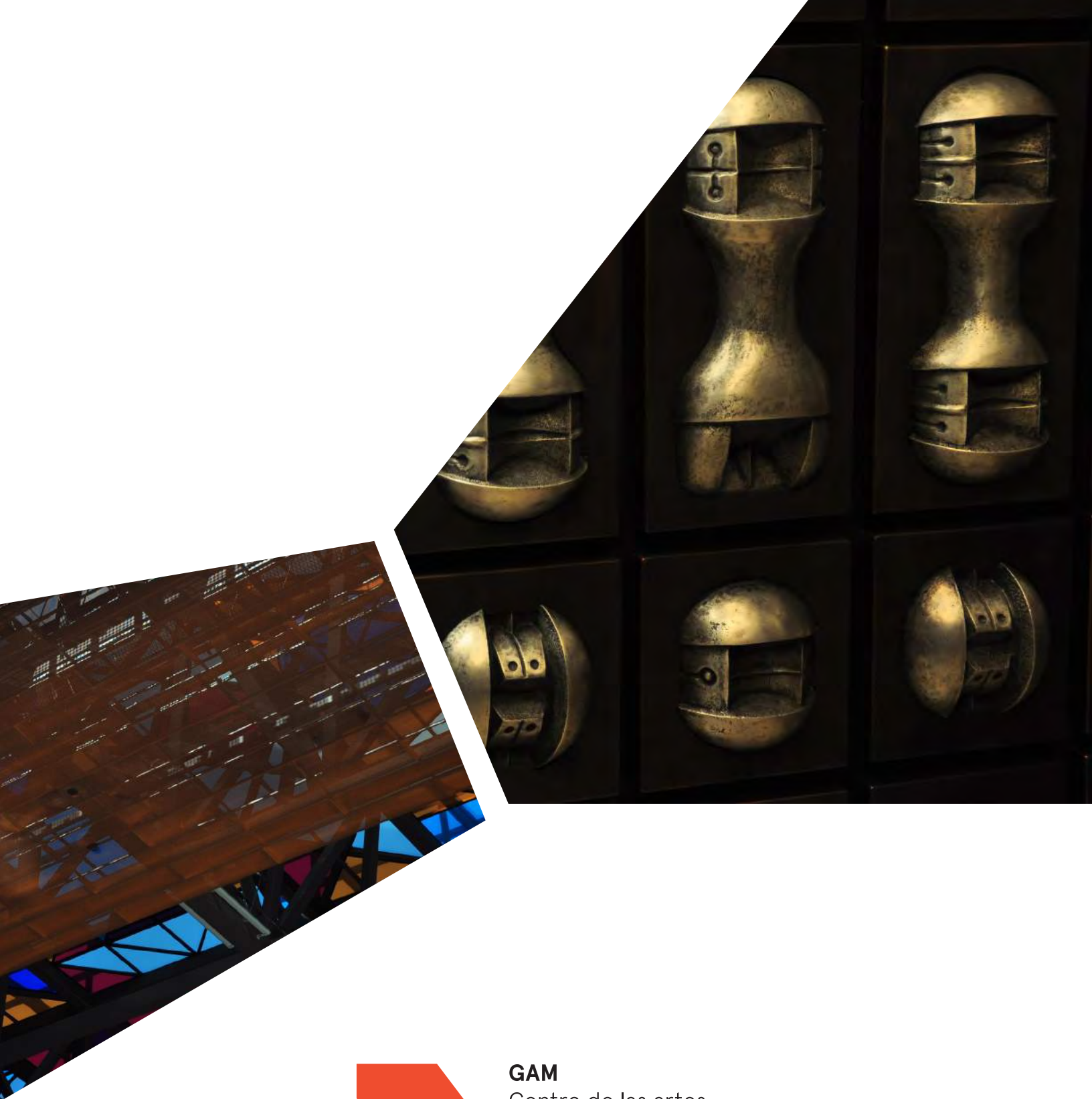


MEDIA PARTNERS



COLABORADORES





GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

GAM Centro de las artes, la cultura y las personas
Alameda 227, Santiago, Chile. Metro Universidad Católica
gam.cl – info@gam.cl
[+56 2] 25665500

ANEXO I

REPORTE 2017 DE ACTIVIDADES Y PÚBLICOS

46 UNIDAD DE ESTUDIOS

El presente reporte sistematiza el total de actividades realizadas en GAM durante el año 2017 y la cantidad de público asistente a cada una de ellas.

Para detallar esta información, el reporte se organiza en once categorías:

- 1) **Visitas al edificio**
- 2) **Programación de artes escénicas y musicales en salas**
- 3) **Programación de artes escénicas en otros espacios**
- 4) **Sala de Artes Visuales**
- 5) **Sala de Arte Popular**
- 6) **Exposiciones en espacios abiertos**
- 7) **BiblioGAM**
- 8) **Otras actividades de programación artística**
- 9) **Actividades de formación y desarrollo de audiencias**
- 19) **Visitas guiadas**
- 11) **Programación comercial**

Cada una de estas categorías se define al final del reporte, junto a la descripción de su sistema específico de conteo de público.

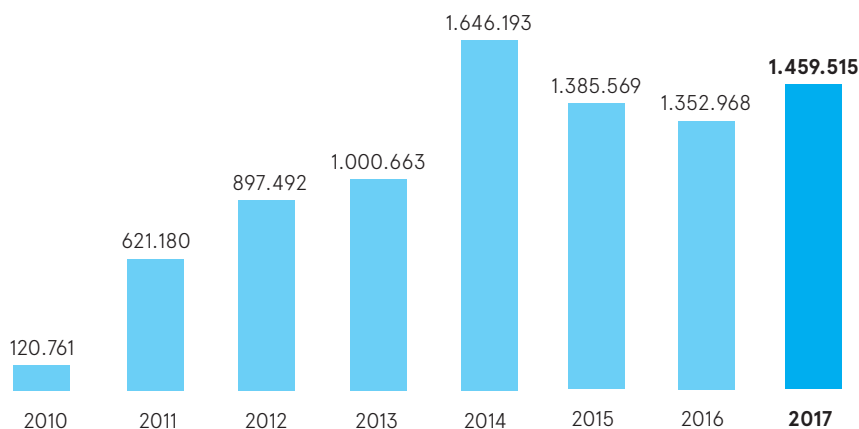
1. VISITAS AL EDIFICIO

Durante el año 2017 las visitas al edificio suman un total de 1.459.515, siendo el promedio mensual igual a 121.626.

Así, el número de visitas al edificio de este año es superior en un 7,9% al registrado en el año 2016.

El promedio mensual de visitas es de 121.626, por lo general en todos los meses se muestra una constante a excepción de febrero, que el menor número de visitas (68.527 visitas), y agosto que sobrepasa de la media siendo el mes con mayor número de visitas¹ (174.443 visitas), ambas tendencias se repiten respecto al año pasado.

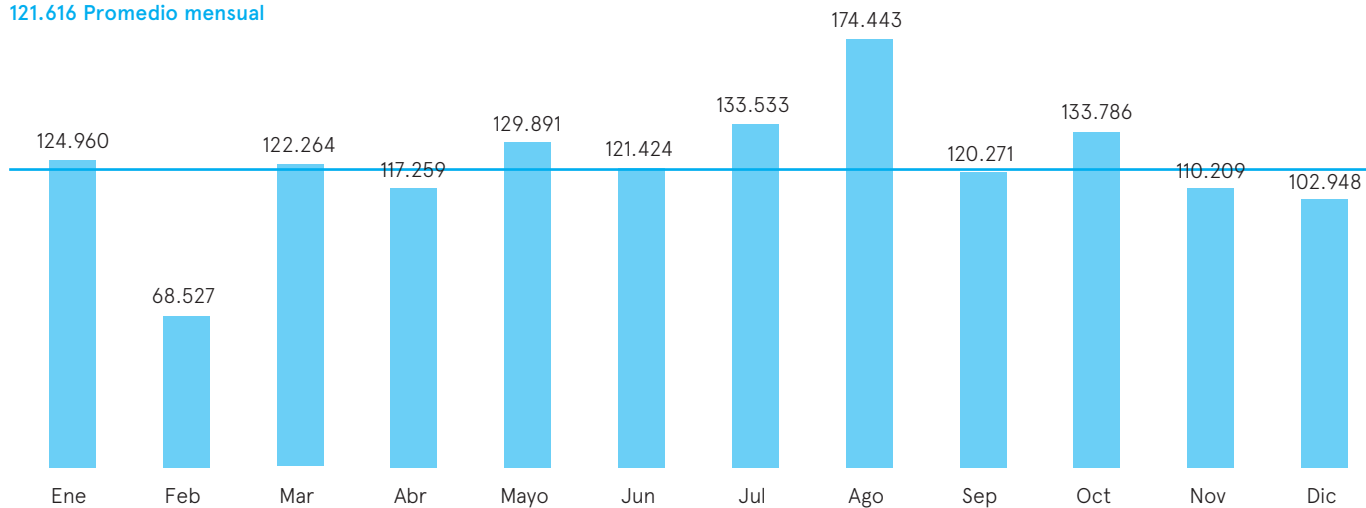
Gráfico 1. Visitas al edificio según año. Período 2010 – 2017



47

Gráfico 2. Visitas al edificio según mes – 2017

121.616 Promedio mensual



¹ Se explica el alto flujo de visitas al edificio en el mes de agosto, por la realización de 3 eventos masivos en plazas: ART STGO, La semana de la madera y el Encuentro Mundial de Fabricación Digital FAB 13. Por otra parte, la razón de que febrero sea el mes con menos visitas al edificio, es por la baja concentración de gente en la ciudad por período de vacaciones, razón por la que también disminuye la oferta programática.

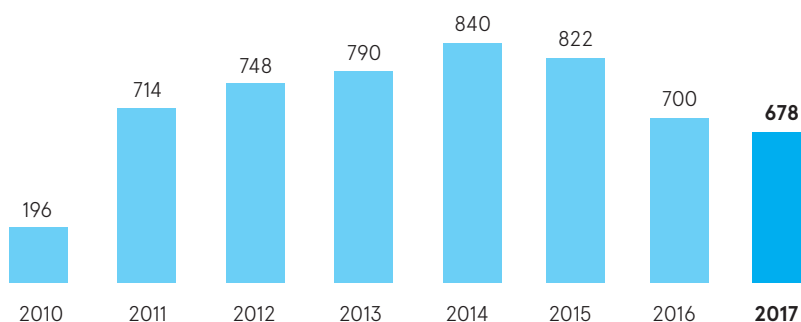
2. PROGRAMACIÓN DE ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES EN SALAS

Durante el año 2017 se realizaron en GAM 678 funciones de artes escénicas y musicales en salas, cifra que representa una baja del 3,1% respecto del año 2016. El número de funciones de artes escénicas y musicales en salas de este año es el más bajo registrado desde el año 2010.

Al analizar los datos a lo largo del 2017, es posible establecer un promedio mensual de 57 funciones de artes escénicas y musicales en salas.

Enero y agosto son los meses que registran el mayor número de estas funciones (76 y 72 respectivamente), se explica por la programación de Santiago a Mil en el mes de enero, y por la programación para público familiar y conciertos de música clásica en el mes de agosto²

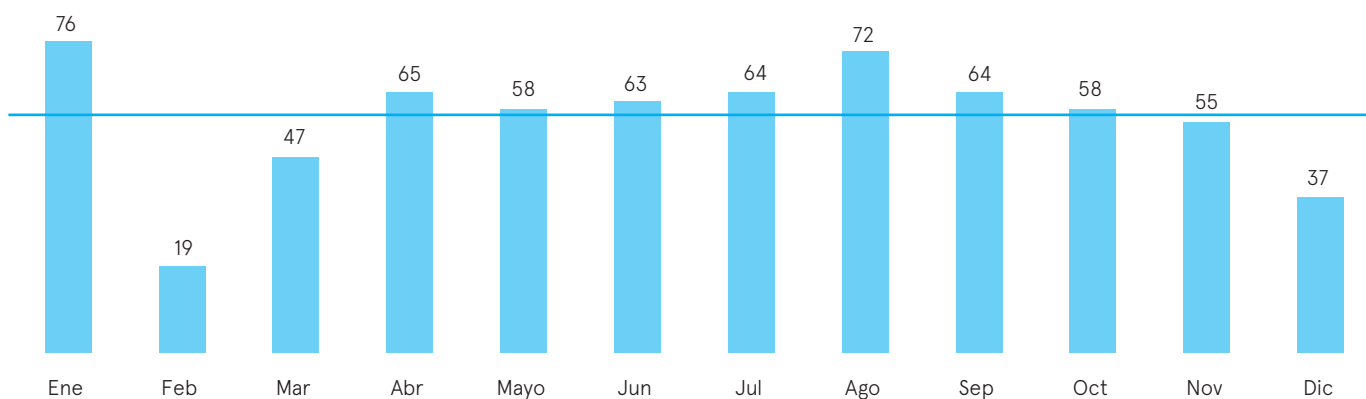
Gráfico 3. Funciones de artes escénicas y musicales en salas. Período 2010 – 2017



48

Gráfico 4. Funciones de artes escénicas y musicales en salas según mes – 2017

57 Promedio mensual



² Durante el año el horario de activación de sala es a partir de las 19:00 hrs., a excepción de el mes de julio, agosto, octubre y noviembre, en que también hay programación a las 12 y 17 hrs. específicamente para público familiar.

Según disciplina artística, el total de funciones se distribuye de la siguiente manera: 374 funciones de teatro, 47 funciones de teatro familiar, 141 funciones de danza, 39 funciones de música docta, 46 funciones de música popular y 31 funciones de circo. Además, es posible clasificarlas en 584 funciones de artes escénicas y musicales en salas de acceso pagado y 94 de acceso gratuito, éstas últimas representan un 13,9% de la programación de artes escénicas en salas.

En cuanto al público, asistieron a funciones de artes escénicas y musicales en salas un total de 74.255 espectadores, cifra que representa una baja del 12,5% respecto del año 2016. Este año se obtiene la cifra más baja registrada.³

Gráfico 5. Funciones según disciplina artística – 2017

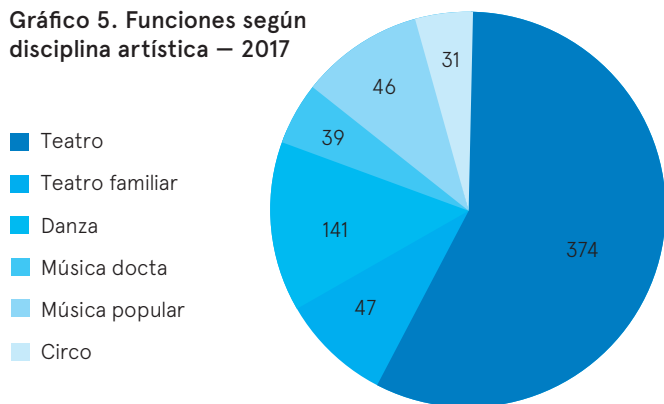


Gráfico 6. Funciones en sala según acceso – 2017

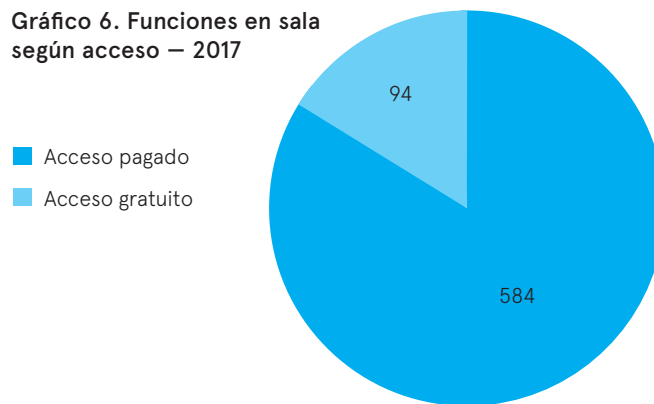
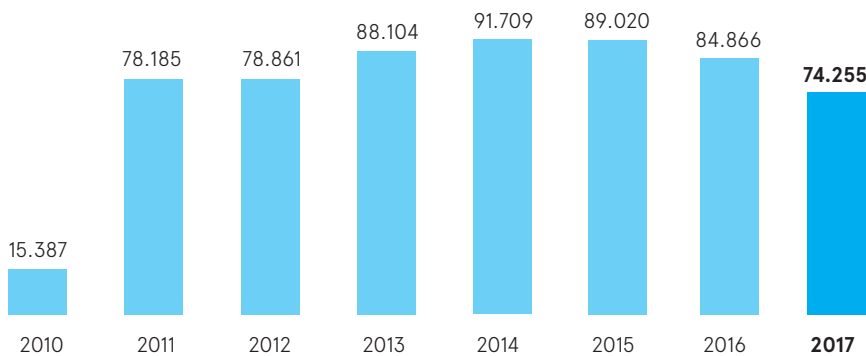


Gráfico 7. Espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas según año 2010 – 2017



³ No se considera el año 2010 para realizar comparaciones ya que las actividades se iniciaron en el mes de septiembre.

A partir de este total es posible establecer un promedio mensual de 6.188 espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas. Los meses que concentran el mayor número de espectadores en salas corresponden a enero (9.560) y junio (7.753). Según disciplina artística, el total de espectadores de funciones de artes escénicas y musicales se distribuye de la siguiente manera: 45.334 espectadores de teatro, 3.416 espectadores de teatro

familiar, 9.354 espectadores de danza, 6.621 espectadores de música docta, 7.832 espectadores de música popular y 1.698 espectadores de circo. Por otra parte, es posible categorizar al público en 55.372 espectadores de acceso pagado y 21.018 de acceso gratuito. El porcentaje de público de acceso gratuito a funciones en sala representa un 28,3% del total.

Gráfico 8. Espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en salas según mes — 2017

6.188 Promedio mensual

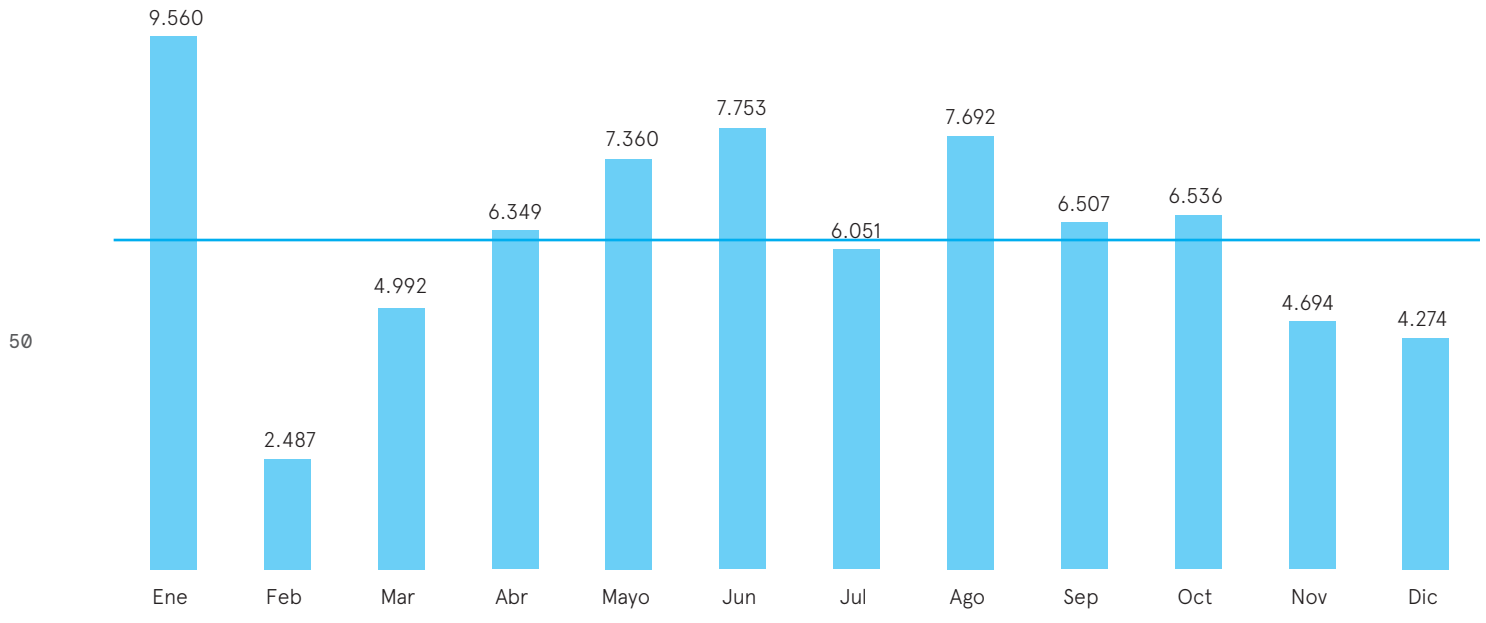


Gráfico 9. Público de artes escénicas y musicales en sala según disciplina — 2017

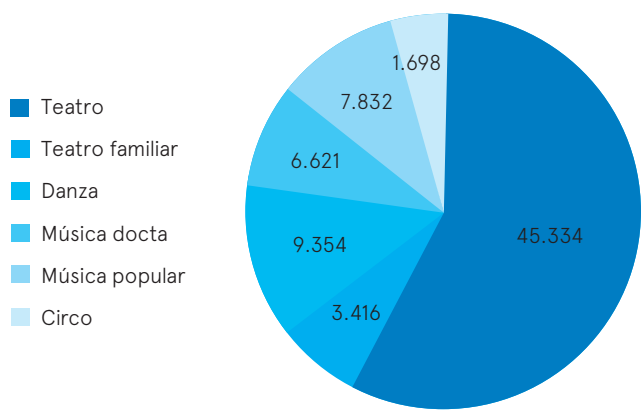
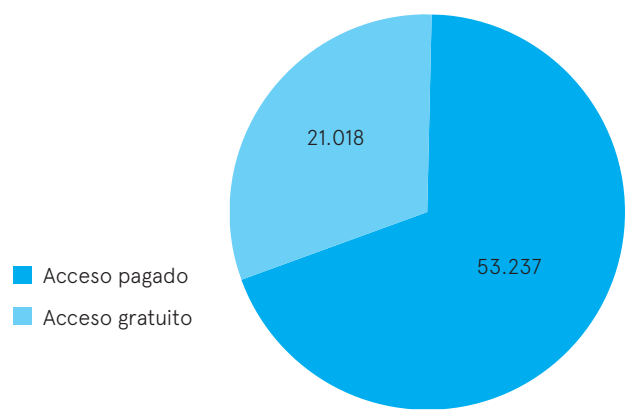


Gráfico 10. Público de funciones en sala según tipo de acceso — 2017



La ocupación de salas para funciones de artes escénicas y musicales alcanza un 68,7% el año 2017. Representa una baja de 1,1 puntos porcentuales respecto al año 2016. El mes en que hubo un mayor porcentaje de ocupación de salas fue mayo (85,7%) en donde destacan las obras Amores de cantina, Chiflón del diablo y La Viuda de Apablaza. Por otra parte al igual que el año pasado el mes con menor porcentaje de ocupación de sala fue noviembre (54,3%).

De acuerdo a la disciplina artística, las funciones de teatro alcanzaron un 70,1% de ocupación de sala, las funciones de teatro familiar un 72,7%, danza un 64,5%, los conciertos de música docta un 65,8%, los conciertos de música popular un 65,7% y las funciones de circo un 74,8%.⁴ Las obras que destacan por su alto porcentaje de ocupación de salas son TUM (98,8%), Nūpaaka, un viaje a nuestros ancestros (95,5%), Ricardo III (94,3%), Rito de Primavera (93,4%), Pompeya (92,1%), Amores de Cantina (91,1%), Chiflón, el silencio del carbón (89,8%), Los peces no vuelan para niños y niñas (89,5%).

⁴ Si bien circo alcanza el más alto porcentaje de ocupación de sala respecto a otras disciplinas artísticas, cabe mencionar que éste corresponde a solo dos obras (31 funciones en total): Kabinete de Madame Forest y Ni desnudo ni bajando la escalera.

Gráfico 11. Porcentaje de ocupación de salas según año. Período 2010 – 2017

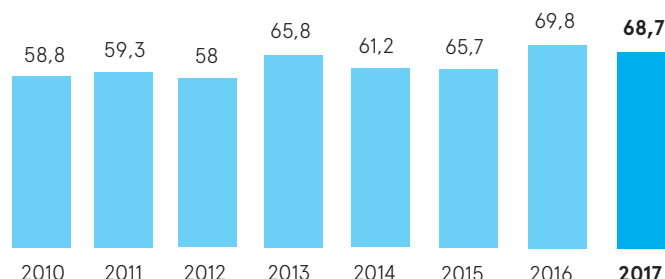


Gráfico 12. Porcentaje de ocupación de salas artes escénicas y musicales según disciplina – 2017

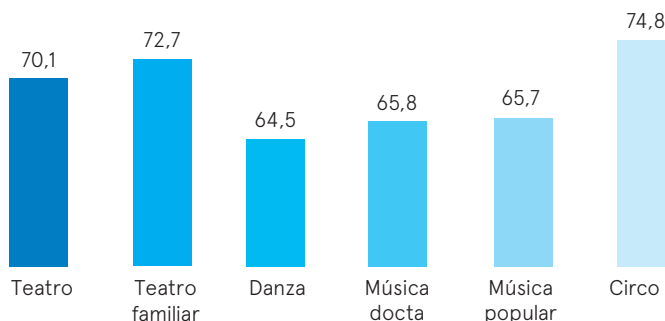


Gráfico 13. Porcentaje de ocupación de salas de artes escénicas y musicales – 2017

70% Promedio mensual

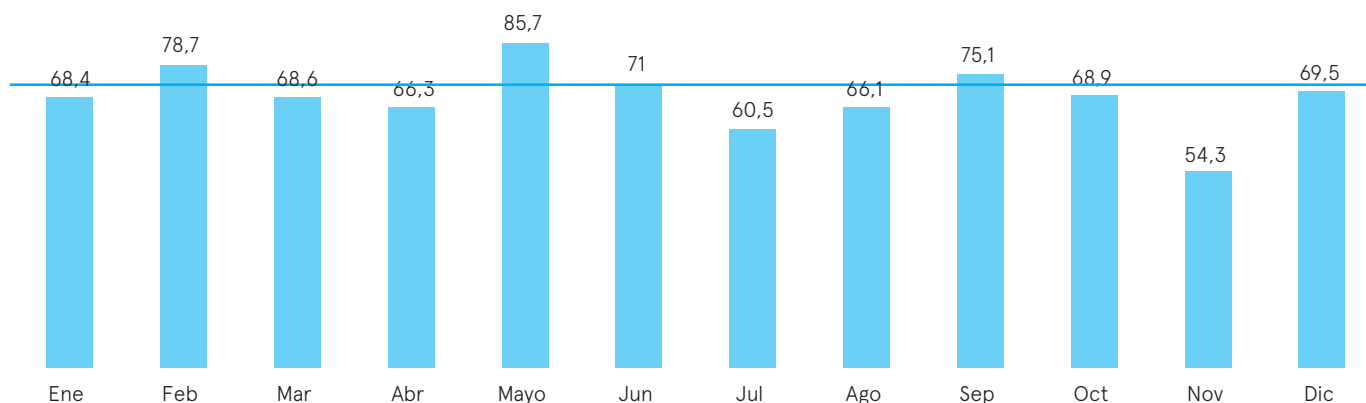


Tabla 1. Obras de teatro según ciclo, categoría, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2017

Obra	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Amores de cantina	Re- estreno	May	8	0	8	1915	199	2114	91,1%
Año Nuevo	Convocatoria 2017	Mar - Abr	17	2	19	2809	780	3589	65,1%
Ayúdandole a sentir		Jul - Ago	16	2	18	1827	778	2605	50,3%
Campo Minado	Santiago a Mil	Ene	4	0	4	695	307	1002	86,4%
Chiflón, el silencio del carbón	Convocatoria 2017	May	12	0	12	556	92	648	89,8%
Clausurado por ausencia		Mar - Abr	14	2	16	845	256	1101	85,5%
Death comes through the eyes	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	103	101	204	85,0%
Destino desamor, un viaje violeta	Convocatoria 2017	Jun - Jul	10	2	12	1594	410	2004	64,7%
Diatriba el desaparecido		Sep	13	1	14	604	135	739	88,0%
Dominancia o la transgresión autorizada		Abr	6	0	6	560	111	671	43,3%
El Epicedio		Nov	11	0	11	583	58	641	83,2%
El hambre y los sueños	La rebelión de las voces	Ago	0	2	2	0	165	165	97,6%
El pajar de Chile	Convocatoria 2017	Abr	12	0	12	543	59	602	83,6%
El Pelicano	Santiago a Mil	Ene	6	0	6	351	43	394	82,1%
Elegía de Los Andes	Convocatoria 2017	Oct	10	1	11	314	125	439	44,8%
En fuga no hay despedida		Ago - Sep	22	2	24	3393	947	4340	62,4%
Estado vegetal		Dic	9	0	9	1602	222	1824	69,9%
Esto (no) es un testamento	Convocatoria 2017 / Coproducción GAM	Jun - Jul	14	2	16	1009	252	1261	89,4%
Frankenstein Proyect	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	137	56	193	80,4%
Hija de tigre		Abr	8	0	8	506	51	557	77,4%
La gaviota		Jun - Jul	17	0	17	2609	782	3391	68,8%
La viuda de apablaza	Re- estreno/ Producción GAM	May - Abr	11	0	11	2074	219	2293	76,6%
Locutorio	Producción GAM	May - Jun	20	1	21	1255	235	1490	83,5%
Matar a Rómulo	Convocatoria 2016	Nov - Dic	13	1	14	861	205	1066	84,2%
Noche mapuche	Convocatoria 2017	Sep - Oct	16	2	18	2591	760	3351	64,2%
Numancia	Lo mejor de GAM	Ene - Feb	8	0	8	1199	213	1412	68,4%
Oedipus Schmoedipus	Australia Contemporánea	Nov	3	0	3	300	221	521	59,9%
Paraty	La rebelión de las voces	Ago	0	2	2	0	88	88	53,7%
Performance Bleu Remix - Yann Marussich		May	0	1	1	0	68	68	68,0%
Pompeya	Convocatoria 2017	Ago - Sep	17	2	19	1257	318	1575	92,1%
Quiero decir te amo	Argentina 2017	Nov - Dic	3	0	3	124	15	139	77,2%
Rabiosa melancolía	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	279	126	405	52,3%
Ricardo III	Lo mejor de GAM	Feb	3	0	3	211	21	232	94,3%
Tebas Land	Convocatoria 2017	Ago	14	2	16	784	225	1009	70,1%
Transmisor	Santiago a Mil	Ene	0	6	6	0	403	403	74,6%
Un minuto feliz	Lo mejor de GAM	Ene	4	0	4	253	24	277	86,6%
Xuárez	Santiago a Mil / Lo Mejor de GAM	Ene - Feb	11	0	11	2191	330	2521	81,9%
Total			341	33	374	35.934	9.400	45.334	70,1%

Tabla 2. Obras de teatro familiar según ciclo, categoría, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2017

Obra	Ciclo	Fechas	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso Pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso Pagado	Acceso gratuito	Total	
Aire	Tercer Festival de Artes escénicas para la primera infancia	Nov	1	1	2	70	59	129	80,63%
El árbol de naranjas	Convocatoria 2017	Oct	7	1	8	321	75	396	82,50%
El corazón del gigante egoísta	Santiago a Mil	Ene	4	0	4	725	188	913	78,71%
Friends in winter	FAMFEST 2017	Jul	4	0	4	170	108	278	26,94%
La guerra de las matemáticas		Mar	6	1	7	286	70	356	84,16%
Los peces no vuelan para niños y niñas	Convocatoria 2017	Ago	7	2	9	347	138	485	89,48%
Nūpaaka, un viaje a nuestros ancestros	FAMFEST 2017	Jul	4	0	4	210	19	229	95,42%
Sueño de noche Kalfü	Tercer Festival de Artes escénicas para la primera infancia	Nov	1	1	2	67	72	139	86,88%
TUM	Lo Mejor de GAM / FAMFEST	Feb - Jul	6	0	6	371	41	412	97,17%
TUM	Tercer Festival de Artes escénicas para la primera infancia	Nov	1	0	1	71	8	79	98,75%
Total			41	6	47	2.638	778	3.416	72,67%

Tabla 3. Obras de danza según ciclo, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2017

Obra	Ciclo	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
			Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Cockfight	Ciclo Australia Contemporánea	Nov	3	1	4	182	260	442	38,1%
Cuerpo fronterizo	Convocatoria 2017	Abr	8	0	8	342	40	382	59,7%
Dancer	Incluye 2017	Jun	3	0	3	116	30	146	81,1%
El cuerpo de la letra: resistencia y camuflaje		Jun - Jul	7	1	8	262	90	352	73,3%
Hanayagi		Mar	0	1	1	0	224	224	86,8%
La bailarina	Re - estreno	Abr	8	0	8	425	53	478	74,7%
La mundial	Convocatoria 2017	May	11	2	13	705	187	892	85,8%
Le Cargo	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	365	103	468	53,8%
Luciérnagas	Santiago a Mil	Ene	3	0	3	210	27	237	87,8%
Malen	Convocatoria 2017	Oct - Nov	14	3	17	866	292	1158	85,2%
Matilde		Nov - Dic	6	0	6	542	280	822	55,2%
Matriz	Convocatoria 2017	Nov - Dic	15	1	16	509	220	729	57,0%
Migrante	Lo mejor de GAM	Ene - Fen	8	0	8	298	68	366	57,19%
Oropel	Convocatoria 2017	Jun	9	0	9	406	44	450	62,5%
Piece for person and Ghetto Blaster	Ciclo Australia Contemporánea	Nov	4	0	4	136	194	330	31,0%
Qué pasa en la sala	Convocatoria 2017	Jul	11	2	13	643	137	780	75,0%
Rito de Primavera		Mar	11	0	11	695	135	830	93,4%
Suite para un cuerpo y su memoria	Santiago a Mil	Ene	6	0	6	198	70	268	55,8%
Total			130	11	141	6.900	2.454	9.354	64,5%

Tabla 4. Conciertos de música docta según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2017

Concierto	Fecha	Funciones			Públicos			Ocupación de sala
		Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Al corazón del siglo XIX - Temporada IMUC 2017	May	0	1	1	0	252	252	97,7%
Concierto Bethoveen violín y piano Temporada IMUC 2017	May	0	1	1	0	254	254	98,4%
Concierto de piano María Paz Santibañez	Ago	0	2	2	0	326	326	63,7%
Concierto Foro Ircam de Francia	Oct	0	1	1	0	149	149	57,8%
Concierto Fkuma 2017	Nov	0	1	1	0	198	198	76,7%
Concierto Grandes obras del siglo XX para guitarra Depto. de música y sonología U. de Chile	Abr	0	4	4	0	424	424	41,1%
Concierto música contemporánea del Lejano Oriente - IMUC	Ago	0	1	1	0	255	255	98,8%
Concierto obras de Domenico Scarlatti y Paquito D'Rivera - IMUC	Ago	0	1	1	0	249	249	96,5%
Concierto panorama de la guitarra contemporánea - IMUC	Ago	0	1	1	0	167	167	64,7%
Concierto Paolo Bartolaneolli	Ago	1	0	1	188	53	241	93,4%
Concierto piezas de Beethoven y Fauré - IMUC	Ago	0	1	1	0	252	252	97,7%
Concierto por la inclusión	May	0	1	1	0	161	161	62,4%
El piano se toma la escena	Jul	3	0	3	156	54	210	27,1%
Festival de Música Contemporánea IMUC 2017	Nov	0	4	4	0	576	576	55,8%
Julija Botchovskaia	Jul	0	1	1	0	170	170	65,9%
La muerte y dos cuartetos póstumos Temporada IMUC 2017	May	0	1	1	0	255	255	98,8%
Los sonidos del Taller de Música Contemporánea	Nov	2	0	2	61	25	86	16,7%
Madrigales de amor y de guerra	Ago	2	0	2	127	34	161	31,2%
Música Contemporánea en el sur de América Temporada IMUC 2017	May	0	1	1	0	207	207	80,2%
Orquesta sonidos de luz	Dic	0	1	1	0	171	171	66,3%
Temporada de conciertos FOJI	Jul	0	1	1	0	208	208	80,6%
Temporada de conciertos FOJI 2017	May	0	1	1	0	143	143	55,4%
Temporada IMUC 2017	Jun - Jul	0	6	6	0	1506	1506	97,1%
Total		8	31	39	532	6.089	6.621	65,8%

54

Tabla 5. Espectáculos de circo según ciclo, fecha, número de funciones, público y ocupación de sala – 2017

Obra	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
		Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Kabinete de madame forest	Jul - Ago	16	1	17	886	176	1062	75,9%
Ni desnudo ni bajando la escalera	Sep - Oct	14	0	14	588	48	636	73,1%
Total		30	1	31	1.474	224	1.698	74,8%

Tabla 6. Conciertos de música popular según ciclo, fecha, tipo, número de funciones, público y ocupación de sala – 2017

Concierto	Fecha	Funciones			Público			Ocupación de sala
		Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total	
Akineton Retard	Ene	1	0	1	146	23	169	65,5%
Al unísono: Rock desde Quilicura	Dic	0	2	2	0	171	171	33,1%
Algarabía	Ene	2	0	2	243	31	274	53,1%
Amahiro	Ene	1	0	1	111	39	150	58,1%
Artica y las magnéticas	Ene	1	0	1	141	26	167	64,7%
Canto para Violeta: Colombina Parra	Ene	1	0	1	178	23	201	77,9%
Charla Magistral y Concierto Beatriz Pichi Malen	Oct	1	0	1	148	12	160	62,0%
Cómo suspender su incredulidad	Ene	1	0	1	35	7	42	16,3%
Alexandros Tefarikis	Mar	1	0	1	78	14	92	35,9%
Concierto de jazz el loco que le tiraba piedras a la luna	Sep	1	0	1	109	42	151	58,5%
Concierto en Llave de Femme	Ene	1	0	1	170	11	181	70,2%
Grupo La Culebrera y Grupo Gaitambo	Mar	1	0	1	27	58	85	32,9%
Concierto Juan Medrano Cotito y Banda Conmoción	Mar	1	0	1	207	33	240	93,0%
Concierto Natalia Contesse	Sep	1	0	1	75	17	92	35,7%
Cristian Cututtufo cuarteto	Ene	1	0	1	176	16	192	74,4%
Daymé Arocena	Ene	1	0	1	179	11	190	73,6%
Dulce sabrosura	Nov	1	0	1	39	13	52	20,2%
ECSDLQHP + Velódromo	Ene	1	0	1	86	20	106	41,1%
EtnoJazz - Ernesto Hollman	Ene	1	0	1	87	11	98	38,0%
Festival Brotes de invierno	Ago	2	0	2	337	43	380	73,6%
Gabriela Apasionada	Abr	1	0	1	193	28	221	85,7%
Isabel Patapela	Ene	2	0	2	224	20	244	47,3%
La regia orquesta celebra a Andrés Pérez	May	2	0	2	320	120	440	75,9%
Lanzamiento disco Denise Rosenthal	Dic	1	0	1	233	62	295	100,0%
Lanzamiento disco Escuela de rock migrantes	Abr	0	1	1	0	166	166	64,3%
Las últimas composiciones de Violeta Parra	May	1	0	1	105	120	225	87,2%
Latin 24-60	Sep	1	0	1	74	22	96	37,2%
Matorral	Ene	1	0	1	113	47	160	62,0%
Morat	Nov	1	0	1	230	33	263	100,0%
Novas Trío	Ago	1	0	1	81	18	99	38,4%
Pepe Fuentes y María Esther	Ene	1	0	1	150	32	182	70,5%
Taiko Nico-Ichi	Oct	0	1	1	0	201	201	77,9%
Te A'amu `o te Haka'ara Ma'ohi Rapa Nui	Ene	1	0	1	207	14	221	85,7%
Una noche inolvidable con cuatro para el bolero	Ago	1	0	1	221	13	234	90,7%
Vendaval	Ago	1	0	1	214	21	235	91,1%
Violeta ciudadana	Oct	4	2	6	822	535	1357	90,5%
Total		40	6	46	5.759	2.073	7.832	65,68%

3. PROGRAMACIÓN DE ARTES ESCÉNICAS Y MUSICALES EN ESPACIOS ABIERTOS

Además de la programación en salas, durante el 2017 se realizaron 58 funciones de artes escénicas y musicales en otros espacios de GAM. Esta cifra representa una alza del 11,5% respecto al mismo tipo de actividades que se desarrollaron el año pasado⁵. Según disciplina artística, el total de actividades se distribuye de la siguiente manera: 37 funciones de teatro, 3 conciertos de música, 15 funciones de circo y 3 performance. En cuanto al público de estas actividades, el 2017 participaron un total de 3.158 espectadores, esta cifra representa una baja considerable del 69,8% en comparación con el año anterior.

56

Gráfico 15. Actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina – 2017

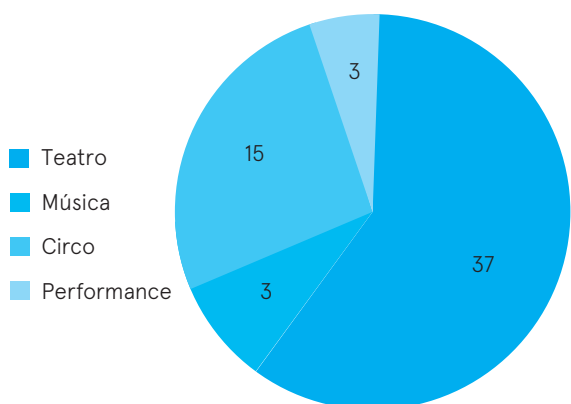


Gráfico 14. Actividades de la programación artística en otros espacios según año. Periodo 2012 – 2017

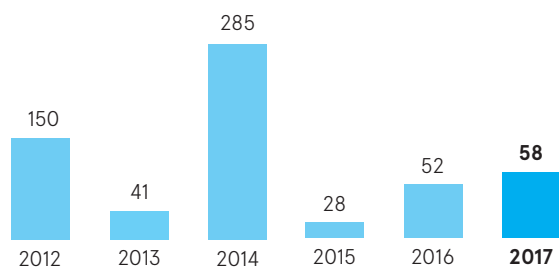
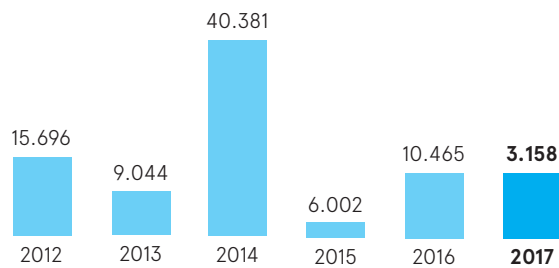


Gráfico 16. Público de actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según año. Periodo 2012 – 2017



⁵ El 2014 en comparación con otros años, registra un número mayor de funciones y público de funciones de artes escénicas en otros espacios debido a la activación de Plaza Oriente y Plaza Zócalo para funciones de teatro, circo y música popular. Además ese año se instaló en el sector oriente del edificio de GAM (actualmente sector en que se construye la Segunda Etapa) una carpa en la cual se realizaron funciones de circo y teatro.

Según disciplina artística, el total de espectadores de funciones de artes escénicas y musicales en otros espacios se distribuye de la siguiente manera: 1.695 espectadores de teatro, 266 espectadores de música popular, 1.004 espectadores de circo y 193 de performance.

En la siguiente tabla se detallan todas las funciones en otros espacios de GAM:

Gráfico 17. Público de actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina – 2017

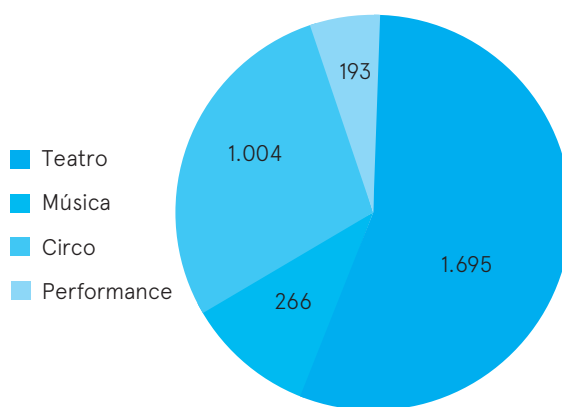


Tabla 7. Actividades de artes escénicas y musicales en espacios abiertos según disciplina, espacio, descripción, fecha, n° de presentaciones y público – 2017

Actividad	Disciplina	Espacio	Fecha	Acceso pagado	Funciones acceso gratuito	Total	Acceso pagado	Público Acceso gratuito	Total
Arjé, un cotidiano extra-ordinario	Circo	PZ	Oct	8	0	8	370	127	497
Concierto Adaymú, Folclore Afro Latino - Homenaje al Carnaval de Barranquilla	Música	PZ	Mar	0	1	1	0	65	65
Concierto Elizabeth Morris Día de la Música Chilena	Música	PZ	Oct	0	1	1	0	136	136
Concierto Federico Wolf - Homenaje al Carnaval de Barranquilla	Música	PZ	Mar	0	1	1	0	65	65
Correo	Teatro	BG	Mat - Abr	11	0	11	436	66	502
Ñuke	Teatro	PC	Ene - Feb	14	0	14	306	317	623
Performance Bain Brisé - Yann Marussich	Performance	Hall A	Mar - Abr	0	2	2	0	163	163
Performance Proyecto Tempo	Performance	PC	May	0	1	1	0	30	30
Persona, lucidez en la huella del performe	Teatro	SAV	Dic	0	2	2	0	65	65
Poder Papel	Teatro	Hall A	Ene	0	1	1	0	77	77
Tecnología de punta	Circo	PZ	Sep - Oct	6	1	7	305	202	507
Trilogía Lambe - Lambe	Teatro	FO/Hall A	Ene - Feb	0	6	6	0	224	224
Vigilia	Teatro	SAV	Ene	0	2	2	0	112	112
Yo maté a Pinochet - Santiago OFF	Teatro	Hall A	Ene	0	1	1	0	92	92
Total				39	19	58	1417	1741	3158

4. PROGRAMACIÓN DE CIRCULACIÓN

Este año GAM se propuso llevar sus obras fuera del edificio, llegando de esta manera a distintas comunas del país. En total se realizaron 59 funciones de circulación, 8 regiones distintas y 21 comunas, las que convocaron un total de 19.119 espectadores. De estas funciones 20 fueron de acceso gratuito (33,9%) y 39 de

acceso pagado (66,1%). En cuanto al público, 8.695 espectadores accedieron de manera gratuita (45,5%), y 10.424 de acceso pagado (54,5%). En la siguiente tabla se puede ver el detalle de cada función de circulación:

Tabla 8. Obras de circulación según mes, disciplina, espacio, comuna, región, n° de sesiones y público 2017

Obra	Disciplina	Fecha	Espacio	Comuna	Región	Funciones	Acceso pagado	Acceso gratuito	Total
En fuga no hay despedida	Teatro	Jun	Carpa Plaza del Escultor, Isla Negra	El Quisco	Valparaíso	1	0	190	190
Esto (no) es un testamento	Teatro	Oct	Casa de la Cultura Violeta Parra	Cerro Navia	RM	1	0	230	230
Luciérnagas	Teatro	Ago	Centro Cultural de Monte Patria	Monte Patria	Coquimbo	2	0	180	180
La viuda de Apablaza	Teatro	Jun	Centro cultural de Quilicura	Quilicura	RM	1	0	600	600
Esto (no) es un testamento	Teatro	Ago	Centro Cultural Espacio Matta	La Granja	RM	1	0	100	100
Coros ciudadanos	Teatro	Nov	Centro Cultural Palace	Coquimbo	Coquimbo	1	0	400	400
Esto (no) es un testamento	Teatro	Nov	Centro Cultural San Joaquín	San Joaquín	RM	1	0	280	280
Esto (no) es un testamento	Teatro	Jun	Centro Cultural Tío Lalo Parra	Cerrillos	RM	1	0	100	100
Esto (no) es un testamento	Teatro	Jun	Corporación Cultural de Recoleta	Recoleta	RM	1	0	100	100
Esto (no) es un testamento	Teatro	Ago	FILSA - Estación Mapocho	Santiago	RM	1	0	250	250
Radiotanda GAM - FINTDAZ	Teatro	Mar	Frontis Teatro Municipal de Iquique	Iquique	Tarapacá	1	0	200	200
La noche obstinada	Teatro	Ago	Matucana 100	Santiago	RM	2	456	374	830
La noche obstinada - Santiago OFF	Teatro	Jun	Matucana 100	Santiago	RM	1	0	120	120
Amores de Cantina	Teatro	Oct	Plaza Sotomayor	Valparaíso	Valparaíso	1	0	2000	2000
El corazón del gigante egoísta	Teatro	Ene	Teatro del Maule	Talca	Región del Maule	1	433	0	433
Xuárez	Danza	Mar	Teatro del Maule	Talca	Región del Maule	1	0	800	800
Radiotanda GAM	Danza	Ene	Teatro Mori Bellavista	Providencia	RM	8	594	162	756
Coros ciudadanos	Teatro	Sep	Teatro Municipal de Antofagasta	Antofagasta	Antofagasta	1	0	700	700
El corazón del gigante egoísta	Teatro	Jun	Teatro Municipal de Curicó	Curicó	Región del Maule	1	300	0	300
Amores de Cantina	Teatro	Jun	Teatro Municipal de Las Condes	Las Condes	RM	2	1500	0	1500
La viuda de Apablaza	Teatro	Jun	Teatro Municipal de Las Condes	Las Condes	RM	1	496	0	496
La viuda de Apablaza	Teatro	Jun	Teatro Municipal de Las Condes	Las Condes	RM	1	458	0	458
Los fantasmas borrachos	Teatro	Ago	Teatro Municipal de Las Condes	Las Condes	RM	2	1200	0	1200
Luciérnagas	Teatro	Sep	Teatro Municipal de Ovalle	Ovalle	Coquimbo	2	0	380	380
La viuda de Apablaza	Teatro	Nov	Teatro Municipal de Temuco	Temuco	Región de la Araucanía	1	433	367	800
Xuárez	Teatro	Nov	Teatro Municipal de Temuco	Temuco	Región de la Araucanía	1	350	0	350
Coros ciudadanos	Teatro	May	Teatro Regional de Rancagua	Rancagua	Región de O'Higgins	2	0	700	700
Xuárez	Teatro	Ene	Teatro UC	Ñuñoa	RM	10	2213	243	2456
Xuárez	Teatro	Dic	Teatro UC	Ñuñoa	RM	9	1991	219	2210
Total						59	10.424	8.695	19.119

5. SALA DE ARTES VISUALES

La Sala de Artes Visuales de GAM exhibió durante el 2017 un total de 6 exposiciones, registrando 80.341 visitas durante el año, cifra superior a la obtenida el 2016 en un 9,5%. Se debe considerar que este año la sala exhibió 1 exposición más que el 2016, sin embargo la cantidad de días que la sala estuvo abierta a público fue casi la misma (206 días el año 2016 y 204 días el 2017). El total de visitas a la sala fue de acceso gratuito.

La exposición más visitada este año fue El hilo de Violeta, la que registró un total de 20.298 visitas además de ser la que estuvo más

días en exposición (45 días), sin embargo la exposición que tuvo un mayor promedio de visitas diarias fue Del Cóndor al Oso: 75 años de animación en Chile, con 15.359 visitas y un promedio diario de 465 visitas.

Al analizar los datos según mes, es posible establecer un promedio mensual de 6.625 visitas durante el año 2016.

El mes con mayor número de visitas es septiembre, registrando 9.824 visitantes (El Hilo de Violeta), seguido de mayo, con 9.266 visitantes (Del Cóndor al Oso: 75 años de animación en Chile).

Gráfico 18. Visitas a la Sala de Artes Visuales según año. Período 2010 – 2017

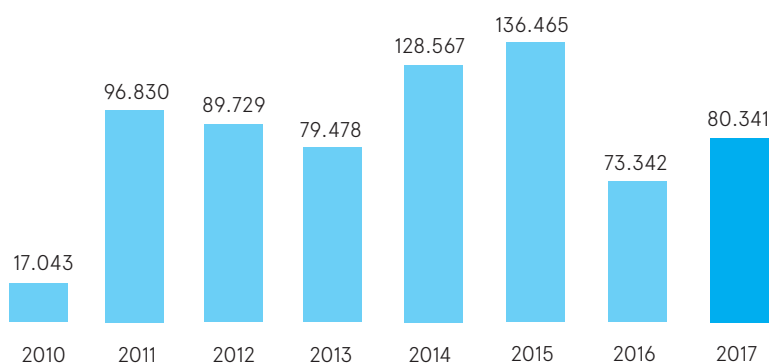


Gráfico 19. Público de la Sala de Artes Visuales según mes – 2017

6.695 Promedio mensual

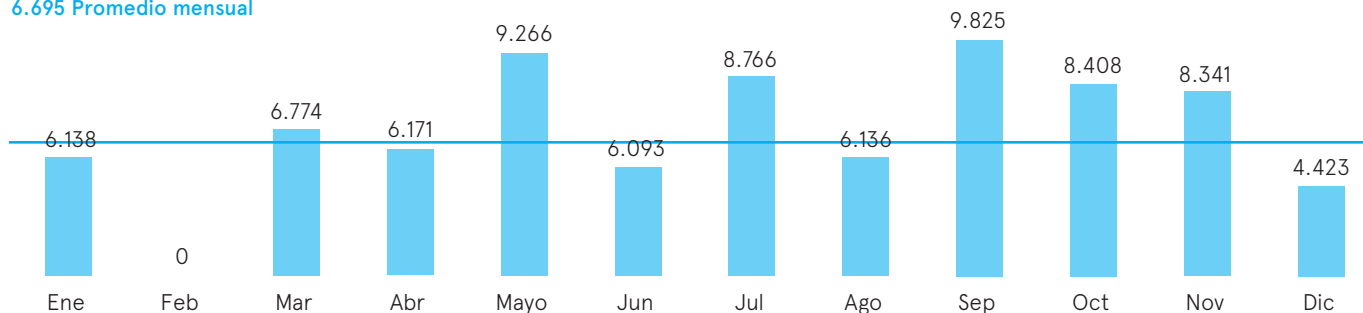


Tabla 9. Exposiciones en Sala de Artes Visuales según fecha, n° de visitas y promedio diario de visitas – 2017

Exposición	Fecha	Días de exposición	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Paisajes Imaginados - Santiago a Mil	6 al 22 de enero	15	6138	409
Primavera de la Juventud	10 de marzo al 23 de abril	38	12945	341
Del Cóndor al Oso: 75 años de animación en Chile	12 de mayo al 18 de junio	33	15359	465
RUSH - La vida a la velocidad de la espera	5 de julio al 6 de agosto	29	10987	379
El hilo de Violeta	23 de agosto al 15 de oct	45	20298	451
Afiches de colección	26 de oct al 16 de dic	44	14614	332
Total		204	80.341	394

6. SALA DE ARTE POPULAR

La Sala de Arte Popular acogió 3 exhibiciones durante el año, alcanzando un total de 61.442 visitas, cifra que representa una alza del 25,4% en comparación con el año 2016.

El total de visitas a la sala fue de acceso gratuito.

Al analizar las cifras según mes, es posible establecer un promedio mensual de 5.120 visitas a la sala.

Se observa además, que el mes con mayor cantidad de visitantes corresponde a julio, con 9.036 visitas, esta tendencia se repite respecto al año anterior.

De las exposiciones realizadas este año, destaca El juguete en el arte popular, que alcanzó un total de 26.829 visitas, con un promedio diario de 271 visitas.

A continuación se detallan las exposiciones en la Sala de Arte Popular que tuvieron lugar durante el año:

Gráfico 20. Visitas a la Sala de Arte Popular Americano según año. Período 2011 – 2017

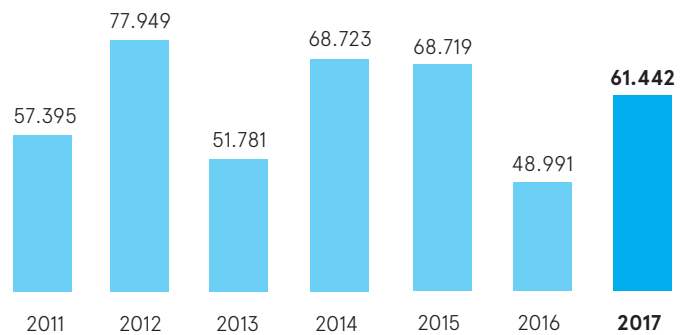


Gráfico 21. Visitas a la Sala MAPA según mes – 2017

5.120 Promedio mensual

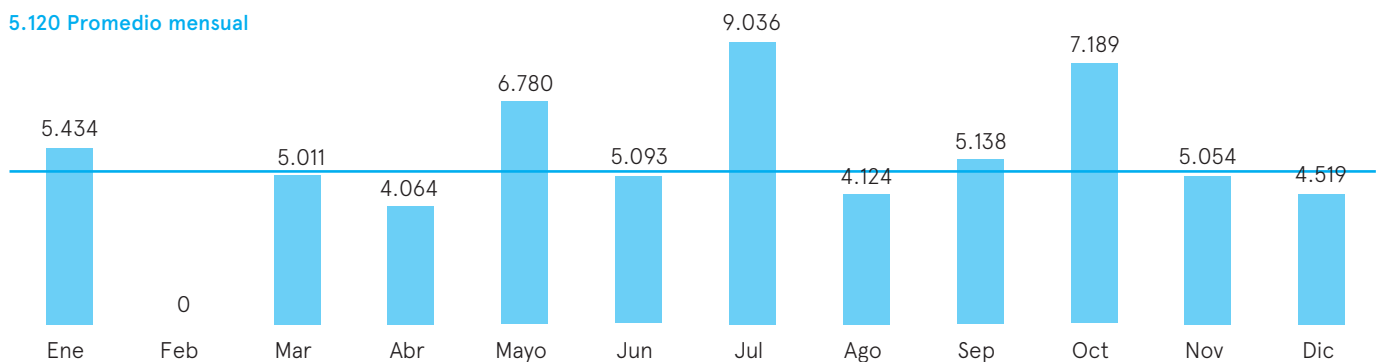


Tabla 10. Exposiciones en Sala de Arte Popular Americano – 2017

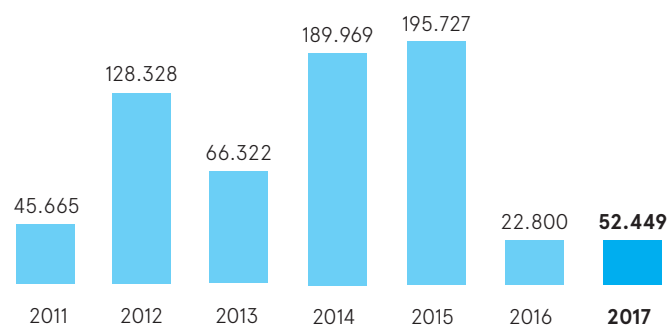
Exposición	Fecha	Días de exposición	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Siete premios maestros artesanos 2016	3 ene - 26 mar	48	10.445	218
El juguete en el arte popular	12 abr - 31 jun	99	26.829	271
Violeta y la pintura instintiva	23 ago - 30 dic	108	24.168	224
Total		255	61.442	241

7. EXPOSICIONES EN ESPACIOS ABIERTOS

Además de las exposiciones en la Sala de Artes Visuales, en la Sala de Arte Popular y las que tienen lugar en el espacio de BiblioGAM— como se detallará más adelante— durante el año 2017 se realizaron 10 exposiciones en espacios abiertos del edificio, congregando un total de 52.449 visitas. Esta cifra es significativamente mayor a la registrada el año anterior, y se debe a que se duplicó la cantidad de exposiciones. La totalidad de visitas a estas exposiciones es de acceso gratuito.

A continuación se detallan las exposiciones en espacios abiertos que tuvieron lugar durante el año:

Gráfico 22. Público de las exposiciones en espacios abiertos según año. Período 2011 – 2017



61

Tabla 11. Exposiciones en espacios abiertos según fecha, espacio, n° de visitas y promedio diario de visitas – 2017

Exposición	Fecha	Espacio	Días de exposición	N° de visitas	Promedio diario de visitas
Exposición fotográfica La línea invisible	18 al 31 de marzo	Foyer Informaciones	14	560	40
Pieza textil residencia Nido Textil	15 de abril al 30 de junio	Hall Edificio B	76	3.040	40
Exposición Jauría, de Pablo Concha	16 de mayo al 10 de junio	Plaza central	26	16.437	632
Exposición Transición energética en Alemania	4 al 23 de mayo	Foyer Informaciones	20	800	40
Exposición Yíwarra Kuju: The Canning Stock Route	1 al 10 de julio	Foyer Oriente	10	400	40
Exposición Tobeus	7 al 31 de julio	Foyer zócalo	25	1.000	40
Art Stgo	19 y 20 ago	PC/PO	2	22.465	11233
País Poniente	26 al 30 de sep	FO	5	200	40
Encuentro de las culturas indígenas	25 de oct al 4 de nov	PO	11	4.262	387
Exposición fotográfica Adulto Mayor	26 de oct	PC	1	3.285	3285
Total			190	52.449	276

8. BIBLIOGAM

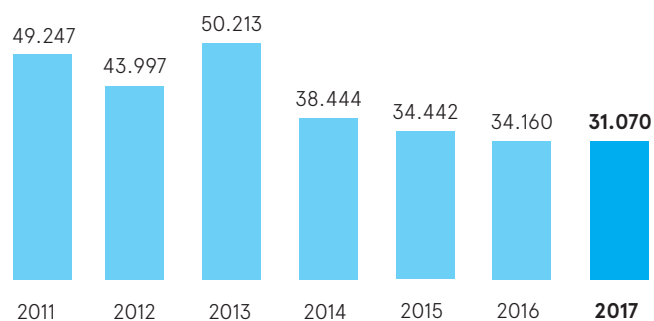
Durante 2017 BiblioGAM registró un total de 31.070 usuarios, cifra inferior en un 9,0% respecto al año anterior.

El total de estos ingresos es de acceso gratuito.

Al analizar los datos según mes, es posible establecer un promedio mensual de 2.589 usuarios de BiblioGAM; destacándose junio como el mes que registra mayor número de usuarios, con 3.481 visitas.

Además de ser un espacio de consulta bibliográfica y estudio, BiblioGAM acoge distintas exposiciones y actividades. Durante el año 2017 se realizaron 7 exposiciones, a las que tuvieron acceso un total de 15.888 usuarios de BiblioGAM.

Gráfico 23. Usuarios de BiblioGAM según año. Período 2011 – 2017



62 **Gráfico 24. Usuarios de Bibliogam según mes – 2017**

2.589 Promedio mensual

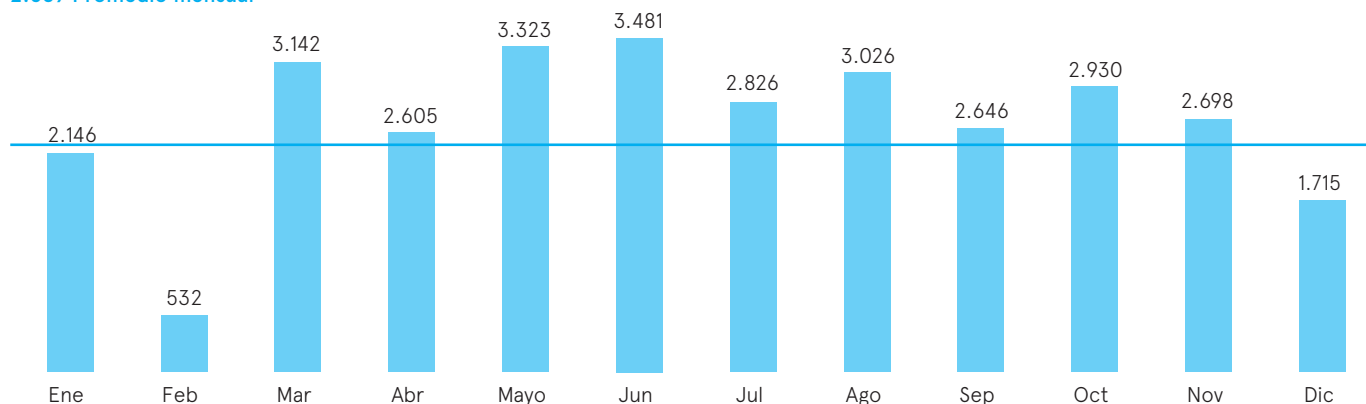


Tabla 12 Exposiciones en BiblioGAM según fecha, número de visitas y promedio diario de visitas – 2017

Exposición	Fecha	N° de visitas
Chile y sus rostros infinitos - Explora Conicyt y Educación GAM	10 al 27 de mayo	1.993
"Oficio y Arte: el Archivo de Antonio Quintana"	7 de junio al 7 de julio	3.555
Cultura japonesa a través de la filatelia	14 de julio al 3 de agosto	2.179
Exposición del maestro Roberto Hayashi	9 al 31 de agosto	2.164
La inspiración de Darwin: un viaje a bordo del Beagle por los mares de Chile	4 al 26 de octubre	2.500
Academia Vitrial	8 de nov al 1 de dic	2.206
Archivo abierto - Coarte	6 al 30 de dic	1.291
Total		15.888

9. OTRAS ACTIVIDADES DE PROGRAMACIÓN

Durante el año 2017 se realizaron en GAM 656 actividades de la programación artística distintas a las especificadas anteriormente. Componen estas actividades conferencias, talleres y lanzamientos, entre otras. La cifra de este año representa un incremento de 48,7% en relación al 2016.

Al observar las cifras según mes, es posible establecer un promedio de 55 actividades mensuales.

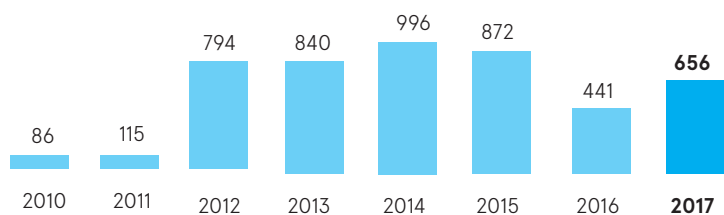
Mayo y diciembre fueron los meses que concentraron mayor número de éstas actividades (75 actividades), en mayo debido al Día del Patrimonio y el Festival Internacional de animación CHILEMONOS, y en diciembre por la Feria Furia del Libro y Lápiz de Mina.

Según tipo de acceso, la gran mayoría de estas actividades es de acceso gratuito,

647 actividades las que corresponden al 98,6% del total.

Participaron de dichas actividades un total de 67.389 asistentes, cifra mayor en un 49,1% a la registra el año 2016.

Gráfico 25. Otras actividades de programación artística según año. Período 2010 – 2017



63

Gráfico 27. Público de las actividades de la programación artística según año. Período 2010 – 2017

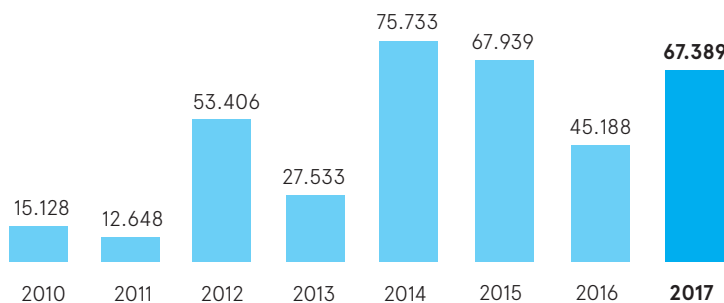
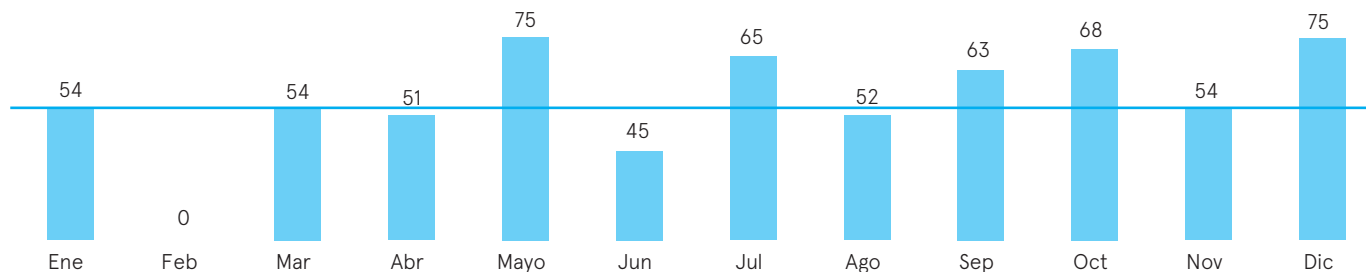


Gráfico 26. Otras actividades de la programación artística según mes – 2017

55 Promedio mensual



6
La gran diferencia de asistencia a otras actividades de programación en el mes de diciembre respecto a los demás meses se debe a la realización de dos ferias masivas: Feria Vinilo y Furia del Libro.

El promedio mensual de asistentes a estas actividades es de 5.616, siendo el mes de mayor asistencia diciembre con un público de 19.102.⁶

El 94,6% de los asistentes a otras actividades de programación fue de acceso gratuito (42.765 asistentes). En cuanto al acceso, el 98,7% de los asistentes accedieron a las actividades de manera gratuita.

Gráfico 28. Público de otras actividades de la programación artística según mes – 2017

5.616 Promedio mensual

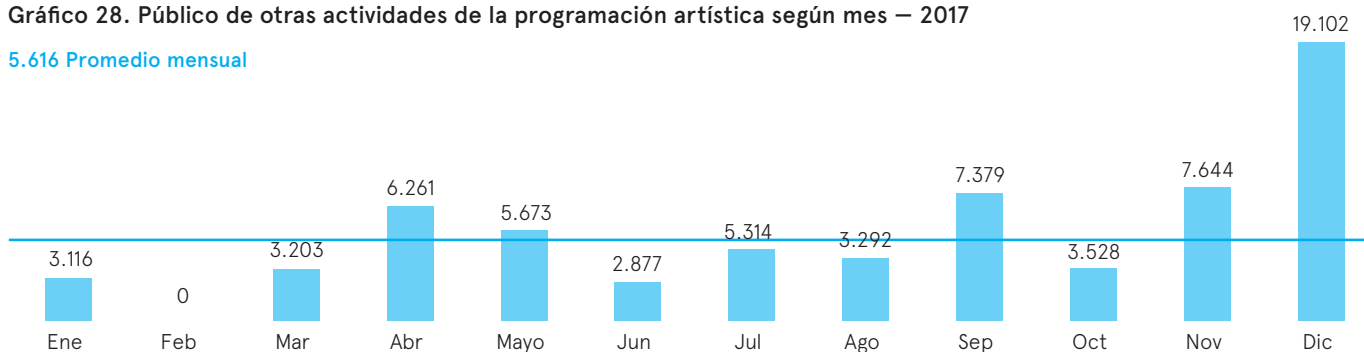


Tabla 13. Detalle otras actividades de programación artística según tipo, mes, n° de sesiones y público – 2017

Tipo	Nombre	Ciclo/ Institución	Mes	Sesiones	Público
Inauguración	Inauguración exposición El juguete en el arte popular	El juguete en el arte popular	Abr	1	170
Conversatorio	Conversatorio Exposición Afiches de colección	Afiches de colección	Oct	1	142
Inauguración	Inauguración exposición Afiches de Colección	Afiches de Colección	Oct	1	100
Clases	Ensayos BANCH	BANCH	Abr a dic	229	8702
Conversatorio	Conversatorio Oedipus Schmoedipus	Ciclo Australia Contemporanea	Oct	1	39
Conferencia	City Lab íntimo - (Me llamo) Sebastián	Citylab	Oct	1	59
Conferencia	Citylab - Liricistas	Citylab	Jul	1	80
Conferencia	Citylab íntimo Grupo Kalfu	Citylab	Abr	1	48
Clases	Capacitación para instituciones del programa CNCA	CNCA	Mar	1	65
Conversatorio	Conversatorio Día de la Danza	CNCA	Abr	1	31
Encuentro	Encuentro de las culturas indígena: "Horizontes comunes/territorios anhelados"	CNCA	Oct	3	113
Otro	Jornada de capacitación de CeCrea	CNCA	Jun	3	125
Lanzamiento	Lanzamiento reportes de Educación	CNCA	Abr	1	68
Lanzamiento	Lanzamiento XX Bienal de Arquitectura	CNCA	May	1	218
Seminario	Seminario Internacional de Patrimonio Cultural Inmaterial	CNCA	Jul	6	846
Seminario	Seminario Internacional de políticas culturales	CNCA	Mar - Abr	4	523
Inauguración	Inauguración exposición "Archivo abierto" COARTRE	COARTRE	Dic	1	46
Encuentro	Aniversario Patín Urbano	Comunidades GAM	Nov	1	70
Clases	Hula-hula	Comunidades GAM	Jul a Dic	16	186
Taller	Hulalandia	Comunidades GAM	Ago	1	300

Tabla 13. Continuación

Otro	Jornada de adopción de mascotas	Comunidades GAM	Jun- Nov	2	500
Clases	LEC Latido en clave - Agrupación de bailes latinos	Comunidades GAM	Jul - Ago - Sep - Nov	9	621
Clases	Santiago Roller - Patín Urbano	Comunidades GAM	Jul - Oct - Nov	7	242
Taller	Taller femenino de Esgrima histórica y combate medieval	Comunidades GAM	Oct - Nov - Dic	8	134
Clases	Día de la Danza: Batalla Bboy	Día de la Danza	Abr	1	50
Clases	Día de la Danza: Clase de break dance	Día de la Danza	Abr	1	80
Clases	Día de la Danza: Clase de salsa	Día de la Danza	Abr	1	100
Clases	Día de la Danza: Clase de tango	Día de la Danza	Abr	1	150
Intervención	Día de la Danza: Power Peralta en la Alameda	Día de la Danza	Abr	1	1380
Clases	Día de la Danza: Wildance	Día de la Danza	Abr	1	200
Conferencia	El baile de la Cueca, Patrimonio Popular de la Cultura Chilena	Día del Patrimonio	May	1	100
Taller	Taller familiar de Hula Hula	Día del Patrimonio	May	1	60
Taller	Taller práctico de marionetas Sala MAPA	Día del Patrimonio	May	1	50
Inauguración	Inauguración FAMFEST	FAMFEST	Jul	1	270
Conferencia	El audiovisual como herramienta de derechos	FEMCINE	Mar	2	36
Conferencia	El género en el género	FEMCINE	Abr	1	18
Taller	Filmar en ley: la especialista en derechos de autor	FEMCINE	Mar	2	70
Conferencia	Produciendo desde lo local para lograr interés global	FEMCINE	Mar	6	41
Feria	Feria Música Electrónica 2017 - Clase Magistral	Feria Música Electrónica 2017	Sep	2	161
Charla	Frecuencias 2017: "Chile influenciando al mundo"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	81
Charla	Frecuencias 2017: "Clubes, Venues y programación: circuito nacional y latinoamericano"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	86
Charla	Frecuencias 2017: "Curatoria y grandes producciones"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	94
Charla	Frecuencias 2017: "Desarrollo de la música electrónica en el mundo"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	77
Charla	Frecuencias 2017: "El rol de los medios en la industria electrónica"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	65
Charla	Frecuencias 2017: "Expo documental: We are Sudamerican Beats"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	162
Charla	Frecuencias 2017: "La música como herramienta"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	109
Charla	Frecuencias 2017: "Mercados de música: publico y organizadores"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	84
Charla	Frecuencias 2017: "Sesión informativa: Berklee College"	Feria Música Electrónica 2017	Sep	1	85
Feria	Feria Música Electrónica 2017 - Clínicas	Feria Música Electrónica 2018	Sep	2	170
Feria	Feria Vinilo Libre	Feria VINOLO	Abr - Jul - Sep - nov - Dic	5	5300
Conferencia	Competencia cortometraje escuelas chilenas	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	170
Conferencia	Conferencia Contenidos para tv: Disney Channel, Discovery Kids, Nickelodeon, Pakapaka, Señal Colombia, Gloob	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	140
Conferencia	Conferencia MAMPATO. De la historieta a la TV	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	21
Conferencia	Conferencia Pipeline studios/Canadá	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	25
Proyección	Estreno largometraje Here's The Plan	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	256
Proyección	Estreno/wps - Actividad colectiva	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	170

Tabla 13. Continuación

Proyección	Ganadores Chilemonos - Cortometrajes series	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	14
Proyección	Ganadores Chilemonos - Largometraje	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	15
Inauguración	Inauguración exposición Del cóndor al oso: 75 años de animación en Chile	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	191
Proyección	Largometraje - Kubo y la búsqueda del samurai	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	32
Proyección	Largometraje - La tortuga roja	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	146
Proyección	Largometraje - Phanton Boy	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	29
Proyección	Largometraje April y el mundo extraordinario	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	51
Lectura	Lectura - Monos Inc	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	23
Clases	Master class - De la Bande Dessinée al cine. El arte de Avril con Luciano Lepinay	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	143
Clases	Master class - Del cóndor al oso	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	192
Clases	Master class - Estudio Tesuka - Los dioses del anime	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	284
Clases	Master class - Mark Shapiro 10 años de Laika	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	213
Clases	Master class - Mujeres, tepatías y Stop motioners	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	84
Clases	Meet & Greet - Luciano Lepinay	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	5
Otro	Pitching series animadas - Cartoon Network	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	237
Premiación	Premiación Chilemonos	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	215
Otro	Reel day Chilemonos	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	11
Taller	Taller de animación familiar	Festival de animación CHILEMONOS	May	1	172
Festival	Festival Internacional de Documentales FIDOCs	FIDOCs	Nov	4	174
Festival	Festival Internacional de Videodanza Chile FIVC 2017	FIVC	Sep	3	57
Lanzamiento	Lanzamiento de "Cerrado por fuera" de Loreto Contreras	Furia del Libro	Dic	1	47
Lanzamiento	Lanzamiento de "El Grito" de Florencia Abbate	Furia del Libro	Dic	1	14
Conversatorio	Mesa de conversación "Fantasía a la chilena: mitos y leyendas locales en la construcción de una literatura fantasía contemporánea"	Furia del Libro	Dic	1	25
Otro	Conversaciones ficticias: Ignasi Duarte	Furia del Libro	Dic	1	18
Cuentacuento	Cuentacuentos "Juanita y las semillas mágicas"	Furia del Libro	Dic	1	17
Proyección	Exhibición documental "El Monstruo en la piedra"	Furia del Libro	Dic	1	6
Feria	Furia del Libro	Furia del Libro	Nov - Dic	4	20439
Lanzamiento	Lanzamiento "Horizón Carré" y su traducción "Horizonte Cuadrado"	Furia del Libro	Dic	1	24
Lanzamiento	Lanzamiento de "Elena" de Héctor Monsalve	Furia del Libro	Dic	1	14
Lanzamiento	Lanzamiento de "Imágenes de Gramsci"	Furia del Libro	Dic	1	9
Lanzamiento	Lanzamiento de "Lengua de Brujo" de Gonzalo López	Furia del Libro	Dic	1	8
Lanzamiento	Lanzamiento de "Maratón" de Macarena García	Furia del Libro	Dic	1	25
Lanzamiento	Lanzamiento de "Sube la radio : Los discos que nos volaron la cabeza"	Furia del Libro	Dic	1	45
Lanzamiento	Lanzamiento de colección "las niñas salen al mundo"	Furia del Libro	Dic	1	45
Lanzamiento	Lanzamiento de plaquettes de poesía	Furia del Libro	Dic	1	18
Lanzamiento	Lanzamiento libro de comics "Añoche 2" de Jorge Quien	Furia del Libro	Dic	1	7

Tabla 13. Continuación

Lectura	Lectura de Daniel Borzutzky y Raúl Zurita	Furia del Libro	Dic	1	91
Lectura	Lectura poética de "Cadáver Exquisitos" de Malú Urriola	Furia del Libro	Dic	1	17
Conversatorio	Mesa de conversación "Literatura chilena en Estados Unidos"	Furia del Libro	Dic	1	32
Conversatorio	Mesa de conversación "Nuevos mecanismos del humor"	Furia del Libro	Dic	1	24
Conversatorio	Mesa de conversación sobre poesía latinoamericana	Furia del Libro	Dic	1	17
Conferencia	Panel "Nuevos lectores, nuevas lecturas y nuevos formatos"	Furia del Libro	Nov	1	15
Presentación	Presentación ¿apagón cultural? El libro bajo dictadura, de Manuel Sepúlveda, Jorge Montealegre y Rafael Chavarría.	Furia del Libro	Nov	1	60
Presentación	Presentación de "El día de tu cumpleaños" de Violeta Parra	Furia del Libro	Dic	1	6
Presentación	Presentación de "El león del ritmo. De gira con LFC"	Furia del Libro	Dic	1	29
Presentación	Presentación de "Muriendo por dulce patria mía" de Roberto Castillo	Furia del Libro	Dic	1	70
Presentación	Presentación de "Narraciones Quiltras" de Nicolás Cruz Valdivieso	Furia del Libro	Dic	1	41
Presentación	Presentación de "Nieve, perro, pie" de Claudio Morandini	Furia del Libro	Nov	1	4
Presentación	Presentación de "UNAMI" de Laila Jufresa	Furia del Libro	Dic	1	8
Presentación	Presentación de libros	Furia del Libro	Dic	1	11
Presentación	Presentación libro de José Luis Flores	Furia del Libro	Dic	1	9
Otro	La rebelión de las voces - Ciclo Bärffuss Sudamérica	La rebelión de las voces	Ago	1	31
Lectura dramatizada	La rebelión de las voces - Lectura dramatizada Sra. Schmit	La rebelión de las voces	Ago	1	44
Clases	La rebelión de las voces - Master class Lukas Bärffuss	La rebelión de las voces	Ago	1	49
Lanzamiento	Lápiz de mina - Lanzamiento	Lápiz de Mina	Jul	1	37
Taller	Lápiz de Mina 2017 - Taller	Lápiz de Mina	Dic	3	39
Lectura	Lectura dramatizada: Arden	Lápiz de Mina	Dic	1	60
Lectura	Lectura dramatizada: Julia	Lápiz de Mina	Dic	1	41
Lectura	Lectura dramatizada: Mi corazón es un tiburón blanco	Lápiz de Mina	Dic	1	38
Lectura	Lectura dramatizada: Como un extraño	Lápiz de Mina	Dic	1	19
Lectura	Lectura dramatizada: Franco	Lápiz de Mina	Dic	1	28
Lectura	Lectura dramatizada: Top Girls	Lápiz de Mina	Dic	1	59
Lectura	Lectura dramatizada: Top Girls	Lápiz de Mina	Dic	1	65
Lectura	Una porción de sol	Lápiz de Mina	Dic	1	53
Otro	Actividad Bienes Nacionales	Ministerio de Bienes Nacionales	Abr - Nov	2	112
Otro	Almacenero actividad Ministerio de Economía	Ministerio de Economía	May	1	180
Encuentro	Encuentro de investigación en torno al Universo Danza	Observatorio de danza	Oct	3	85
Foro	Foro de cultura de los candidatos presidenciales 2017	Observatorio de Políticas Culturales	Oct	1	300
Seminario	Seminario PNUD	PNUD	Sep	1	166
Conferencia	Conferencia 45 años de la conferencia UNCTAD III en nuestra historia	primavera de la Juventud	Abr	1	22
Inauguración	Inauguración exposición Primavera de la Juventud	Primavera de la Juventud	Mar	1	507
Otro	Asamblea anual PRODANZA	PRODANZA	Sep	1	18
Otro	Proyecto Dínamo	Proyecto Dínamo	Jun	4	48
Clases	Proyecto Dínamo - Residencia	Proyecto Dínamo	Oct	7	77
Otro	Ceremonia inaugural	Réplica N°17 Festival Internacional de Cine de Lebu	Mar	1	48
Encuentro	Réplica N°17 Festival Internacional de Cine de Lebu - Encuentro de festivales de cine	Réplica N°17 Festival Internacional de Cine de Lebu	Mar	1	21
Proyección	Réplica N°17 Festival Internacional de Cine de Lebu - Exhibición de cortometrajes ganadores	Réplica N°17 Festival Internacional de Cine de Lebu	Mar	1	74

Tabla 13. Continuación

Proyección	Réplica N°17 Festival Internacional de Cine de Lebu - Presentación de cortometrajes creados por los niños de Lebu	Réplica N°17 Festival Internacional de Cine de Lebu	Mar	1	111
Inauguración	Inauguración exposición RUSH La vida a la velocidad de la espera	RUSH La vida a la velocidad de la espera	Jul	1	77
Conversatorio	Conversatorio Escena Nacional	Santiago a Mil	Ene	6	132
Conversatorio	Conversatorio obra El gigante egoísta	Santiago a Mil	Ene	1	181
Conversatorio	Conversatorio obra El Pelicano	Santiago a Mil	Ene	1	60
Conversatorio	Conversatorio obra Le Cargo	Santiago a Mil	Ene	1	147
Conversatorio	Conversatorio obra Ñuke	Santiago a Mil	Ene	1	41
Conversatorio	Conversatorio obra Suite para un cuerpo y su memoria	Santiago a Mil	Ene	1	48
Conversatorio	Conversatorio obra Xuárez	Santiago a Mil	Ene	1	208
Inauguración	Inauguración exposición Paisajes Imaginarios	Santiago a Mil	Ene	1	96
Conferencia	Laboratorio escénico: Conferencia Stefan Cage	Santiago a Mil	Ene	1	61
Conferencia	Laboratorio escénico: Conferencia Thomas Ostermeier	Santiago a Mil	Ene	1	105
Conferencia	Laboratorio escénico: Conversatorio App Recuerdos	Santiago a Mil	Ene	1	45
Conversatorio	Laboratorio Escénico: Conversatorio Lola Arias	Santiago a Mil	Ene	1	51
Foro	Laboratorio escénico: Foro Migración Hoy	Santiago a Mil	Ene	1	28
Conferencia	Platea 17: Co- producción FITAM Mateluna	Santiago a Mil	Ene	1	9
Conferencia	Platea 17: Contextualización paneles y debates	Santiago a Mil	Ene	1	72
Conferencia	Platea 17: Encuentro de programadores Nacionales	Santiago a Mil	Ene	1	34
Conferencia	Platea 17: Inauguración	Santiago a Mil	Ene	1	167
Conferencia	Platea 17: Los Trabajos	Santiago a Mil	Ene	1	38
Conferencia	Platea 17: Proyecto de formación internacional	Santiago a Mil	Ene	1	47
Conferencia	Platea 17: Work in progress Plata quemada	Santiago a Mil	Ene	1	38
Otro	Asamblea de socios TeVeo Chile	Tercer Festival de artes escénicas para la primera infancia	Nov	1	37
Conversatorio	Conversatorio de experiencias de mediación	Tercer Festival de artes escénicas para la primera infancia	Nov	1	18
Inauguración	Inauguración - Conferencia "Teatro, Educación y primera infancia"	Tercer Festival de artes escénicas para la primera infancia	Nov	1	89
Feria	4ta Feria de educación para el desarrollo sustentable		Oct	2	195
Otro	Audición Paisajes para no colorear		Dic	2	110
Intervención	Celebración Centenario Violeta Parra		Oct	1	70
Otro	Ceremonia Circo del Mundo		Abr	1	101
Charla	Charla Lanzamiento OH!		Mar	1	100
Proyección	Cine patrimonial para personas ciegas: EL chacal de Nahuel Toro		May	1	42
Conferencia	Coloquio internacional de Violeta Parra		Ago	8	527
Conferencia	Conferencia Osama Tezuka, el gran padre del manga		Mar	1	87
Conferencia	Conferencia Cantar con sentido, una biografía de Violeta Parra		May	1	97
Conferencia	Conferencia Chiflón, el silencio del carbón		May	1	5
Conferencia	Conferencia Cuerpo, sociología y movimiento: la danza como herramienta contra las exclusiones		Abr	1	35
Conferencia	Conferencia el rol de la mujer en la cueca		Abr	1	102
Conferencia	Conferencia Historia de la Danza Antigua en Chile: El legado de Sara Vial		Abr	1	16
Conferencia	Conferencia Jessica Hopper en Chile		May	1	127
Conferencia	Conferencia La Cambre		May	1	7

Tabla 13. Continuación

Conferencia	Conferencia Tebas Land	Ago	1	23
Conversatorio	Conversatorio Ciclo Australia contemporánea 2017	Oct	1	50
Conversatorio	Conversatorio Niñas Araña - Adaptación de la obra de Teatro al Cine 2017	May	1	15
Conversatorio	Convocatoria a colegios de Santiago en 100 Palabras	Dic	1	30
Clases	Coros ciudadanos	May	40	2937
Conferencia	Día de Europa	Abr	1	298
Intervención	Día del circo	Sep	1	350
Feria	Día del libro	abr	3	1000
Conversatorio	Diálogo con Cuba, conversatorio con Reina María Rodríguez.	May	1	140
Proyección	Documental Mr. Gaga /Bestias Danzantes	Nov	1	60
Encuentro	Encuentro con el alcalde	Ago	1	290
Encuentro	Encuentro de directores y guionistas audiovisuales - Ley Larrain	Ago	1	62
Encuentro	Encuentro de hombres tejedores	Oct	1	50
Encuentro	Encuentro plataforma iberoamericana de danza	Oct	2	38
Encuentro	Encuentro por el día internacional de las danzas circulares	Jul	1	95
Encuentro	Encuentro textiles de Abyayala en Wallmapu	Oct	1	30
Premiación	Entrega de diplomas "Santiago es mio 2017"	Dic	1	148
Proyección	Estreno documental "Intensamente violeta"	Oct	1	256
Foro	Foro de Migración Hoy - Paneles	Ene	1	48
Foro	Foro Lisboa Capital Cultural	Ene	1	12
Semianrio	Gestos de creación en cine: una pedagogía de la experiencia	Jun	3	39
Otro	Graduación taller "Arte textil Ad Llallin"	Div	1	103
Inauguración	Inauguración exposición "El Arte de la tinta".	Ago	1	130
Inauguración	Inauguración exposición "Oficio y arte: el archivo de Antonio Quintana"	Jun	1	55
Inauguración	Inauguración exposición Academia Vitrial	Nov	1	85
Inauguración	Inauguración exposición La línea invisible	Mar	1	90
Inauguración	Inauguración Exposición País Poniente	Sep	1	80
Inauguración	Inauguración exposición Tobeus	Jul	1	149
Inauguración	Inauguración Muestra Cultura Japonesa a través de la filatelia	Jul	1	135
Inauguración	Inauguración Mural Zanmi de Fundación Mar Adentro	Jun	1	75
Foro	Ircam Forum	Oct	10	436
Lanzamiento	Lanzamiento libro Retratos de Luis Cociña	Ago	1	58
Lanzamiento	Lanzamiento del libro "La expropiación" de R. Miranda	Mar	1	82
Lanzamiento	Lanzamiento del Libro "La pasión de enseñar" de Gabriela Mistral	Mar	1	135
Lanzamiento	Lanzamiento íntimo disco Juanes	Abr	1	56
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Esperame en el cielo, corazón El melodrama en la escena chilena"	Jul	1	114
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Licitaciones del mundo eléctrico"	Ago	1	93
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Más allá del invierno" de Isabel Allende	Ago	1	205
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Migración Haitiana hacia el Sur Andino"	Jul	1	135
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Tati Allende, una revolucionaria olvidada"	oct	1	260
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Al encuentro del teatro pop-up : una experiencia sensible e innovadora" de Macarena Barros	Ene	1	217
Lanzamiento	Lanzamiento libro "Lo que el dinero sí puede comprar" de Carlos Peña	Dic	1	130
Lanzamiento	Lanzamiento libro de Carmen Frei	Sep	1	320
Lanzamiento	Lanzamiento libro de convivencia escolar y ficha Web	Dic	1	110
Lanzamiento	Lanzamiento libro Gabriela Mistral	Abr	1	77

Tabla 13. Continuación

Lanzamiento	Lanzamiento libro la Historia secreta de Chile 3	Sep	1	147
Lanzamiento	Lanzamiento libro Oscar Hahn	May	1	35
Lanzamiento	Lanzamiento Oficial de World Theater Map Worlround	Ene	1	42
Lanzamiento	Lanzamiento programación 2018	Nov	1	294
Lanzamiento	Lanzamiento Proyecto "Tangente" 2017	Dic	1	60
Lanzamiento	Lanzamiento Voces adentro "Este edificio es un sueño" Memoria Fragmentada del edificio UNCTAD III	Jul	1	57
Intervención	Milonga Callejera	Dic	1	113
Conferencia	Mujeres trabajadoras de la cultura / Economías creativas y mujeres	Jul	1	84
Conferencia	Mujeres trabajadoras de la cultura / Gestoras, conclusiones finales	Jul	1	86
Conferencia	Mujeres trabajadoras de la cultura / Mesas gestoras Empoderamiento económico y social de las mujeres trabajadoras de la cultura y las artes y matriarcado como solución a la crisis económica y social	Jul	1	35
Conferencia	Mujeres trabajadoras de la cultura / Red de productoras culturales de latinoamericana	Jul	1	47
Conferencia	Mujeres trabajadoras de la cultura Gestoras encuentro plenario final	Jul	1	80
Premiación	Premio comunidad mujer	Jul	1	139
Presentación	Presentación "Manual de enseñanza del español como lengua extranjera"	May	1	73
Presentación	Presentación del libro "Ensayos críticos:Galemiri" de Benjamín Galemiri	Abr	1	49
Presentación	Presentación del libro "Extremos del volumen"	mar	1	39
Presentación	Presentación libro "Antonio Quintana. Arte y Oficio"	Nov	1	67
Presentación	Presentación libro "Fugitiva" de Carmen Gloria López	Jun	1	130
Presentación	Presentación libro 27F de Dennise Quezada	Jul	1	82
Presentación	Presentación libro de Marcelo Vizcaíno	Sep	1	72
Presentación	Presentación mejora a políticas públicas a los candidatos - Fundación para la superación de la pobreza	Oct	1	147
Presentación	Presentación Programa Latinoamericano Instituto Chileno Japonés	En	1	50
Encuentro	Primer Encuentro Nacional de Salas de Teatro	Jul	2	149
Conferencia	Relaciones de género en la práctica laboral teatral	May	1	55
Otro	Reunión de vecinos Lastarria	Dic - Oct	2	20
Semianrio	Seminario de Arte y Educación	Ene	2	303
Semianrio	Seminario de efectos visuales para cine y TV	Sep	3	513
Semianrio	Seminario Fundación EDTECH	Mar	1	16
Semianrio	Seminario Internacional de Memoria y Derechos Humanos	Ago -Sep	9	811
Otro	Sesión de diálogos preliminares. XX Bienal de arquitectura y urbanismo de Chile 2017	Oct	1	23
Taller	Taller de emprendimiento creativo	May	8	199
Semianrio	XV Seminario internacional de artesanía: Desafíos y reflexiones para la artesanía en un contexto Global, el futuro hecho a mano 2017	Sep	3	540
Conferencia	Y opino	jun	5	977
Total			656	67.389

10. ACTIVIDADES DE AUDIENCIAS

Durante el año 2017 se realizaron 904 actividades para la formación y desarrollo de audiencias, cifra menor en un 4,4% a la alcanzada el 2016.

Las actividades de Audiencias buscan facilitar el acceso a aquellos sectores de la población que tienen bajo acceso a la cultura ya sea por brechas económicas, sociales, simbólicas, etarias, geográficas, y consisten en actividades formativas y de apreciación artística principalmente.

Al analizar los datos a lo largo del año, es posible establecer un promedio mensual de 76 actividades de audiencias, siendo el mes de octubre el que concentra mayor cantidad de actividades (136 actividades)⁷.

Del total de actividades de audiencias, 221 fueron desarrolladas por la Unidad de Educación, 271 por la Unidad de Mediación, y 412 por BiblioGAM.

Gráfico 29. Actividades de formación de audiencias según año. Período 2010 – 2017

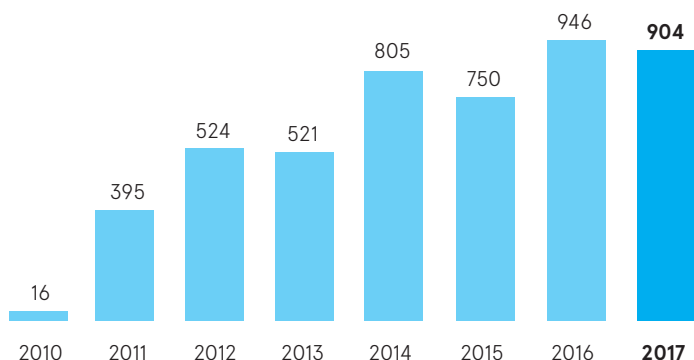


Gráfico 30. Actividades de Audiencias según unidad – 2017

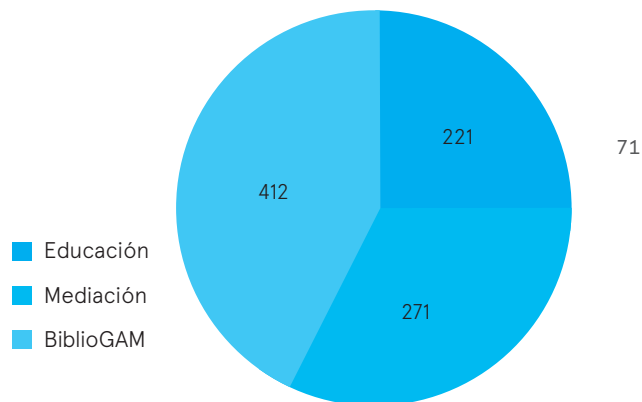
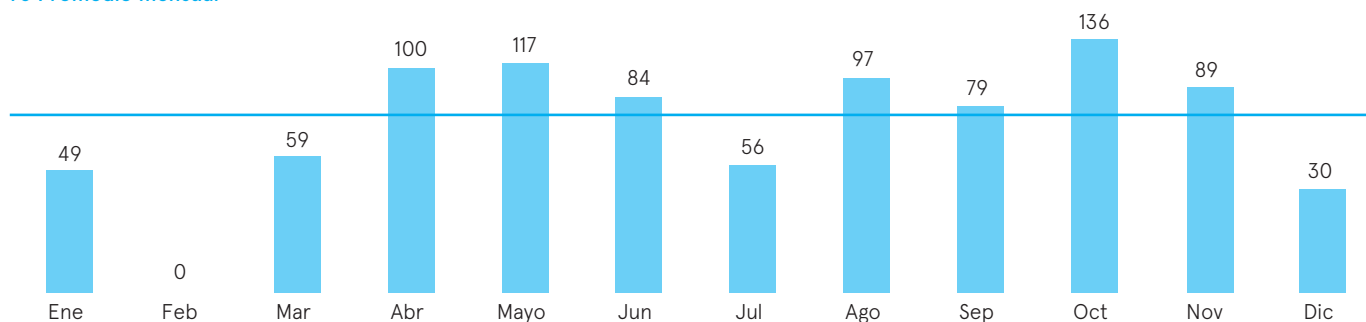


Gráfico 31. Actividades de Audiencias según mes – 2017

76 Promedio mensual



⁷ En el mes de octubre se registró un mayor número de actividades y así también de beneficiarios, debido a la realización de tres grandes proyectos: Vivo Yoga 2017, Festival Escolar de teatro y ciencias FETyC, Feria navegantes de la Ciencia – Conicyt, y Feria Sustentabilidad – Conicyt Explora.

Se registraron 32.786 asistencias a las actividades de audiencias, cifra que representa una baja del un 33,3% en el número de asistencias respecto al año anterior.

En diferente proporción a la cantidad de actividades se distribuye el número de asistencias de beneficiarios según la unidad que la realiza: 15.304 corresponden a las actividades desarrolladas por la Unidad de Educación, 8.097 a las actividades de la Unidad de Mediación y 9.385 a las actividades de BiblioGAM.

A lo largo del año es posible establecer un promedio mensual de 2.732 asistencias a las actividades de audiencias. Octubre se destaca como el mes con el mayor número de asistencias, mes en que se realizó Vivo Yoga, y el Festival de Escolar de Teatro y Ciencia FETyC.

Gráfico 32. Asistencia a las actividades de Audiencias según año. Período 2010 – 2017

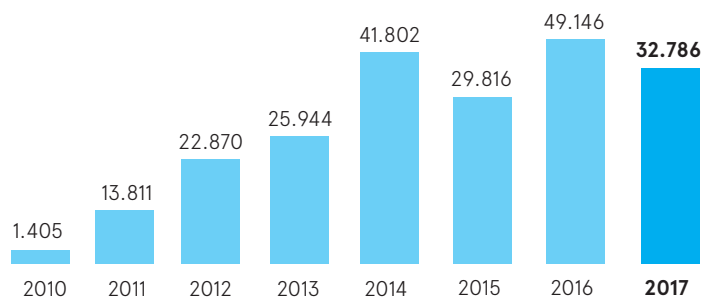
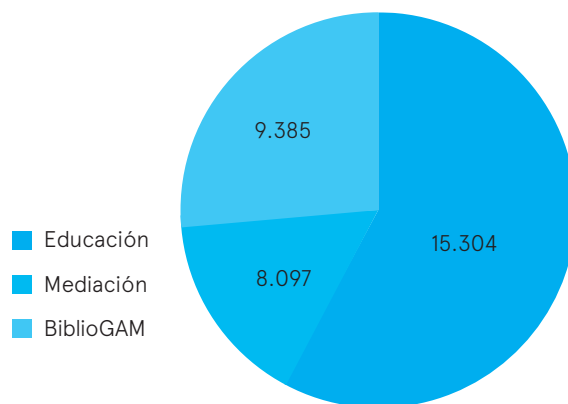


Gráfico 33. Beneficiarios de las actividades de formación de audiencias según unidad – 2017



72

Gráfico 34. Asistencia a actividades de Audiencias según mes – 2017

2.732 Promedio mensual

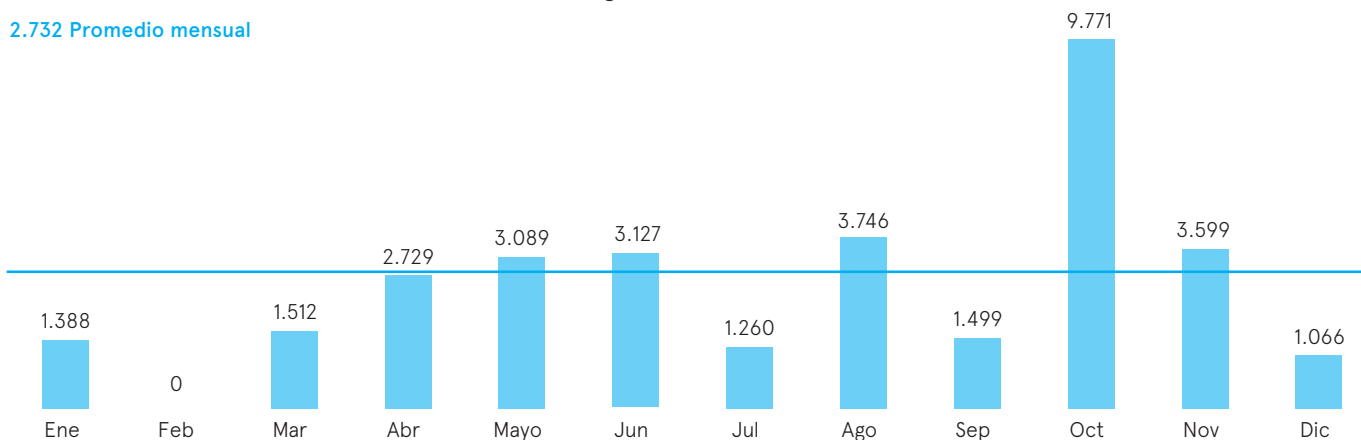


Tabla 14. Actividades de BiblioGAM según tipo de beneficiario, período, n° de sesiones y n° de asistencias – 2017

Actividad	Tipo de beneficiario	N° de sesiones	N° de asistencias
Concierto de música contemporánea japonesa	General	1	187
Conferencia Violeta Parra y la tradición de la décima	General	1	190
Conversatorio: "La mujer en la filatelia chilena".	General	1	14
Cuentacuentos compañía "La maleta Imaginaria"	Familiar	2	69
Gimnasia terapéutica	Adulto mayor	78	1649
Sábados a la chilena	General	2	57
Taller "Bordando a Violeta"	Familiar	4	185
Taller "Género epistolar" - Obra Correo	General	2	26
Taller Arrurrú	Familiar	4	80
Taller de cine "La santísima trinidad de Hollywood"	General	2	19
Taller de creación literaria	Adulto mayor	6	32
Taller de creación narrativa "Viaje al centro de la ficción"	General	8	58
Taller de cultura y estética japonesa (Bunka)	General	4	232
Taller de manualidades japonesas Chiyogami	General	4	45
Taller de narración oral "Para saber y contar"	Adulto mayor	9	94
Un viaje de cuentos: el despertar de la narración oral - CINOCH	Familiar	1	75
Cuentos navideños	Familiar	3	60
Taller de Manga	Jóvenes	4	46
Taller de cocina mapuche en la ciudad	Adulto mayor	2	30
Escuela de invierno - ¡Ven a jugar a BiblioGAM! (juegos de mesa)	Familiar	1	48
Escuela de invierno - Principios básicos de animación Zootropo	Familiar	2	26
Escuela de invierno - Taller de Hirameki: un destello de inspiración	Familiar	1	56
Escuela de invierno - Taller de manga para adolescentes	Jóvenes	3	31
Escuela de invierno - Taller de música experimental	General	2	13
Taller Conociendo a Violeta	Familiar	2	67
Taller de cine: La santísima trinidad de Hollywood	General	6	54
Taller de creación de adornos navideños	Niños	2	28
Taller El oficio de ser escritor	General	9	76
Taller Nido de escritores	Adulto mayor	8	73
Taller Pequeños grandes escritores	Niños	7	52
Conversatorio: "El Arte de Ikebana" - Celebración de los 120 años Tratado bilateral Chile Japón	General	1	54
Ceremonia del té - Celebración de los 120 años Tratado bilateral Chile Japón	General	1	185
Taller de manualidades japonesas - Amigurumi	Familiar	1	8
Taller de manualidades japonesas - Encuadernación	Familiar	1	15
Taller de manualidades japonesas - origami	Familiar	1	12
Escuela de verano - Taller de Manga	Jóvenes	4	55
Escuela de Verano - Taller de manualidades japonesas	Familiar	4	123
Escuela de verano - Taller poesía japonesa	Familiar	5	164
Escuela de Verano - Taller Principios básicos de la animación Zootropos	Familiar	2	20
Total		412	9.385

Tabla 15. Actividades de la Unidad de Mediación según tipo de beneficiarios, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2017

Actividades	Tipo de beneficiario	N° de sesiones	N° de asistencias
Actividad Evaluación Talleres inclusivos	General	1	15
Capacitación lengua de señas	Jóvenes - PeSD	10	281
Charla Investigación y envejecimiento	Adulto mayor	1	42
Ciclo de Cine Taiwanes	General	3	116
Cierre de talleres inclusivos - Incluye 2017	Jóvenes - PeSD	1	256
Cierre Residencia Colaborativa- Gabriela te pienso	General	1	40
Coloquio: Nuevas Masculinidades	General	1	41
Conversatorio "De Shamanes a travestis" - Ciclo de Género y Diversidad	General	1	60
Conversatorio IV Homenaje al Festival de Barranquilla	General	1	54
Conversatorio Producción artística y cultural desde una perspectiva de género - Ciclo de Género y Diversidad	General	1	70
Encuentro INCLUYE (workshop)	General - PeSD	2	57
Encuentro INCLUYE seminario	General - PeSD	4	326
Ensayo Elenco Ciudadano Oedipus Schmoedipus	General	4	93
Escuela de Invierno - Charla 70 años de Trayectoria	Adulto mayor	1	50
Escuela de Invierno - Taller de Expresión Oral	Adulto mayor	2	53
Escuela de verano - Taller intensivo teatral	Jóvenes	5	230
Función inclusiva DANCER	General - PeSD	1	54
Función Matriz	General	1	54
Función Noche mapuche	General	1	209
Función Pompeya	General	1	67
HAPTO ver y sentir en tu región	Estudiantes - PeSD	18	600
Inauguración Pieza Nido Textil	General	1	40
Inducción Elenco Ciudadano Oedipus Schmodipus	General	2	84
Jornadas de trabajo Hapto regiones	General - PeSD	7	31
La cocina pública	General	1	200
Lanzamiento Documental HAPTO	General - PeSD	1	145
Lanzamiento VE Global	General	1	80
Recorrido HAPTO	General - PeSD	1	15
Recorrido mediado	General	1	45
Residencia Colaborativa - Gabriela te pienso	General	10	141
Taller artes escénicas Adulto mayor	Adulto mayor	22	460
Taller artes escénicas Adulto mayor - Asistencias al pre-estreno "Violeta Ciudadana"	Adulto mayor	1	22
Taller artes escénicas Adulto mayor - Diatriba "el desaparecido"	Adulto mayor	1	17
Taller artes escénicas Adulto mayor - En fuga no hay despedida	Adulto mayor	1	27
Taller artes escénicas Adulto mayor - Ensayo abierto	Adulto mayor	1	33
Taller artes escénicas Adulto mayor - Función especial "Elegía de los Andes"	Adulto mayor	1	32
Taller artes escénicas Adulto mayor - Presentación obra Lalane, la despedida de Benito	Adulto mayor	1	50
Taller coro lengua de señas - Incluye 2017	General - PeSD	16	326
Taller creatividad corporal Adulto mayor	Adulto mayor	3	68
Taller de Lanigrafía - Releyendo a Violeta	General	2	18
Taller de artes visuales inclusivas - Incluye 2017	General - PeSD	17	184
Taller de Cueca: Clases Actitud y Pañuelo	General/ adulto mayor	5	319
Taller de danza inclusiva - Incluye 2017	General - PeSD	19	256
Taller de escritura y lectura con perspectiva de género - Ciclo de Género y Diversidad	General	2	42
Taller de expresión verbal y corporal	General	1	7
Taller de Género y Adulto Mayor - Ciclo de Género y Diversidad	Adulto mayor	1	19

Tabla 15. Continuación

Taller de la memoria - La cocina pública	Adulto mayor	5	46
Taller de música inclusiva - Incluye 2017	General - PeSD	19	199
Taller de teatro inclusivo - Incluye 2017	General - PeSD	19	418
Taller experiencia inicial en Lanigrafía	General	1	6
Taller reciclaje textil - La cocina pública	General	5	78
Vivo Yoga	General	38	1833
Workshop pintura instintiva - Releyendo a Violeta	General	3	20
Total		271	8.097

Tabla 16. Actividades de BiblioGAM según tipo de beneficiario, periodo, n° de sesiones y n° de asistencias – 2016

Actividades	Tipo de Beneficiario	N° de sesiones	N° de asistencias
Concierto Educativo	Escolares	14	2084
Documental "Explación acelerada"	General	1	179
Encuentro "Crear + Innovar" City Lab	Escolares	1	251
Encuentro "Crear + Innovar" Seminario	Profesores	1	76
Encuentro "Crear + Innovar" Seminario Intervención	Escolares	1	81
Encuentro "Crear + Innovar" Taller Paula Zuñiga para Profesores/as	Profesores	1	16
Encuentro "Crear + Innovar" Taller Wolrd Voice para Voces GAM	Profesores	1	20
Encuentro "Crear + Innovar" Taller World Voice para Estudiantes	Escolares	1	21
Encuentro "Crear + Innovar" Taller World Voice para Profesores/as	Profesores	1	12
Escuela de invierno - Taller de animación Zootropo	Jóvenes	2	25
Escuela de Verano - Sala Didáctica	Pre - escolares	2	52
Escuela de Verano - Taller de Animación	Jóvenes	2	30
Escuela de Verano - Taller para profesores: metodología World Voice	Profesores	5	96
Estrellita de la ciencia - Capacitación	Profesores	2	56
Exposición en Primer Encuentro de la educación artística, espacio para el arte, notas y formas		1	65
Feria "Navegantes de la Ciencia" - Conicyt Explora RM Norte	General / Escolares	1	1222
Feria "Sustentabilidad" - Conicyt Explora RM Sur Oriente	General / Escolares	1	3777
Feria Estrellitas de la ciencias - Explora Conicyt RM	General / Escolares	1	1668
FETyC 2017- Capacitación Científica	Escolares	4	115
FETyC 2017- Capacitacion Teatral	Escolares	2	119
FETyC 2017: Capacitación dirección teatral	Escolares	1	101
FETyC 2017: capacitación Diseño Teatral	Profesores	2	95
FETyC 2017: Desayuno a directores	Profesores	1	35
FETyC 2017: Ensayo	Escolares	6	172
FETyC 2017: Función	Escolares / General	3	942
FETyC 2017: Montaje de luces	Profesores	1	8
FETyC 2017: Sesión de fotos	Escolares	3	76
FETyC 2017: Visita del monitor teatral	Escolares	33	385
FETyC 2017: visita monitor científico	Escolares	3	30
Función educativa: Ayudándole a sentir	Escolares	1	190
Función educativa: Cuerpo Fronterizo	Escolares	1	53
Función educativa: El cuerpo de la letra	Escolares	1	61
Función educativa: La Mundial	Escolares	1	50
Función: El árbol de las naranjas	Escolares	1	37

Tabla 16. Continuación

Función: Estado Vegetal	General	1	129
Función: Matar a Rómulo	Escolares	1	32
Inauguración exposición Conicyt PAR RM Norte "Chile y sus infinitos rostros"	General	1	56
Jóvenes Críticos	Jóvenes	35	287
Jóvenes Críticos - Grabación de PODCAST	Jóvenes	5	30
Sala Didáctica	Escolares	23	752
Taller de Jóvenes Críticos: periodismo cultural para jóvenes - Escuela de Verano	Jóvenes	3	169
Taller metodología Voces GAM para estudiantes - Valdivia	Profesores / Escolares	5	260
Voces GAM	Profesores	41	916
Voces GAM - Concierto de cierre	Profesores / General	1	213
Voces para Violeta, Voces GAM	Profesores / General	1	260
Total		220	15.304

11. VISITAS GUIADAS

Durante el año 2017 se retomaron las visitas guiadas al edificio. Se realizaron un total de 57 visitas guiadas, participando un total de 1.847 visitantes.

76

Gráfico 35. Visitas guiadas. Periodo 2010 – 2017

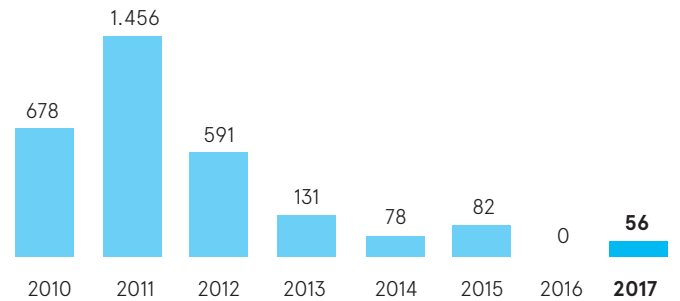
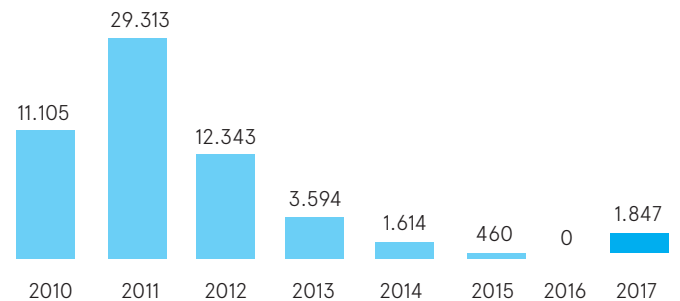


Gráfico 36. Público de visitas guiadas según año. Periodo 2010 – 2017



12. PROGRAMACIÓN COMERCIAL

Durante el año 2017, se realizaron 102 actividades de programación comercial, consistentes en arriendos de distintos espacios de GAM. En relación al año 2016, se observa una baja del 43,1% en este tipo de actividades.⁸

Al analizar los datos a lo largo del año, es posible establecer un promedio mensual de 9 actividades o arriendos de programación comercial. Los meses en que se concentran mayor cantidad de programación comercial es en agosto, septiembre y noviembre. A dichas actividades asistió un público total de 128.406 personas, cifra significativamente mayor a todos los años en la historia de GAM. Al observar las cifras de público según mes, se puede determinar un promedio de 10.700 asistentes mensuales a actividades de la programación comercial.

Gráfico 39. Público de las actividades de programación comercial según año. Periodo 2011 – 2017

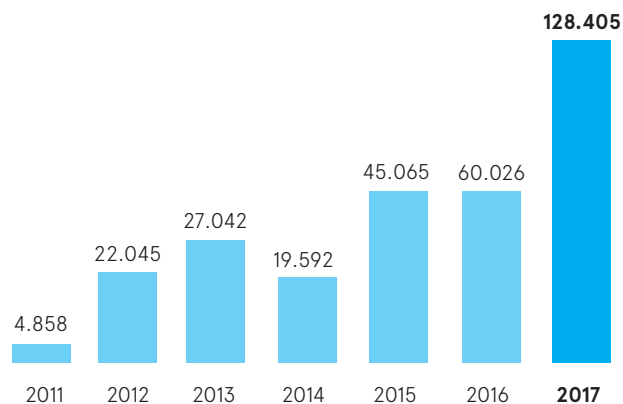


Gráfico 37. Actividades de programación comercial según año. Periodo 2011 – 2017

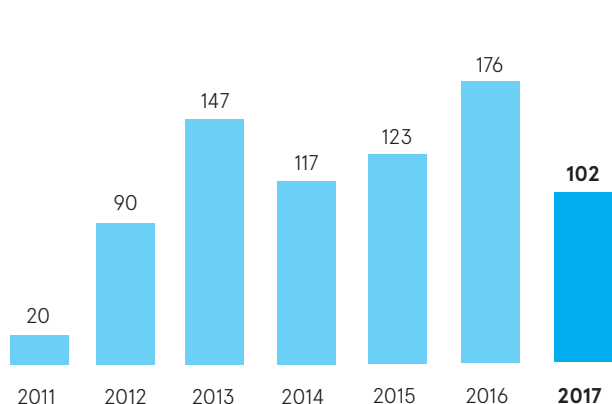
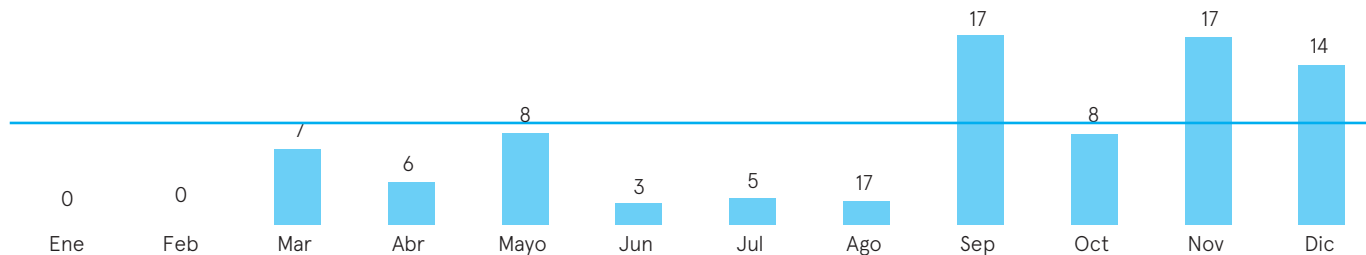


Gráfico 38. Actividades de programación comercial según mes – 2017

9 Promedio mensual



⁸ La baja se puede explicar porque desde este año se contabilizan las actividades comerciales por evento y no por cada sesión que compone el evento.

Destaca agosto en comparación con los demás meses, debido a su gran cantidad de público (87.328 asistentes), lo que se debe a 3 eventos masivos realizados en plazas: Encuentro Mundial de Fabricación Digital FAB 13, Semana de la Madera, y ART STGO 2017.

Gráfico 40. Público de las actividades de programación comercial según mes – 2017

10.700 Promedio mensual

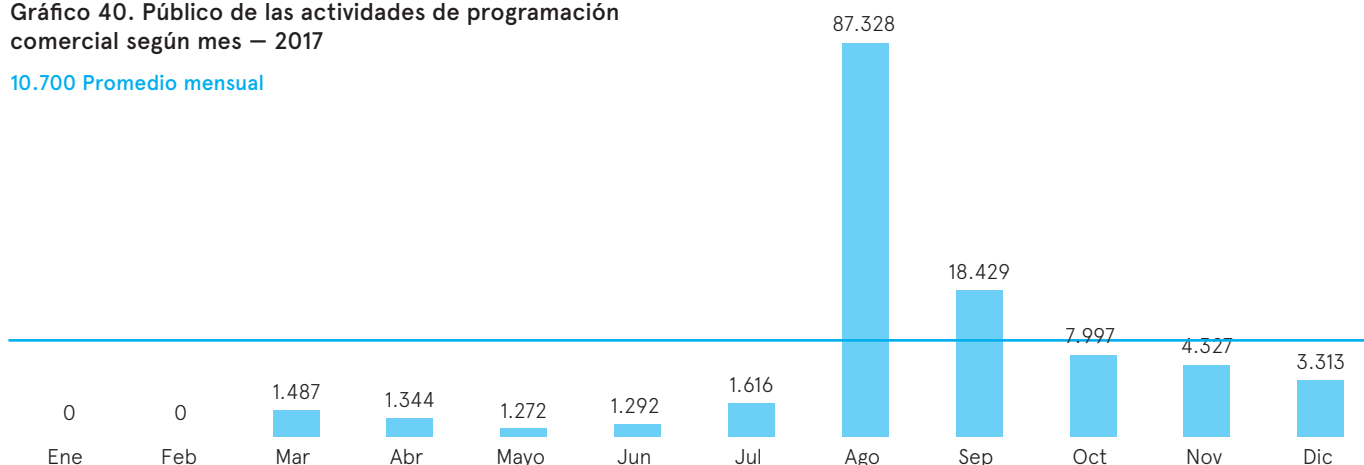


Tabla 19. Arriendos de espacios según tipo, fecha, n° de sesiones y público – 2017

78

Nombre actividad	Fecha	N° Sesiones	Público
3° Seminario de inglés	May	1	151
4Ta. Feria de educación para el desarrollo sustentable	Oct	1	195
5° Conferencia intern. De cultura científica	Nov	1	1062
Acreditación y lounge. Elecciones 2017	Dic	1	-
Almacenero 2017	May	1	180
Art stgo	Ago	2	32155
Avances en la conservación de la bio diversidad y bienestar social desde el sistema nacional de áreas silvestres protegidas por el estado	Dic	1	241
Campaña internacional contra la violencia de género "alza la voz"	May	1	80
Capacitación medios de comunicación	Sep	1	46
Charla con el mejor profesor, con gazi jalil	Jun	1	242
Charlas yo opino 2017	Jun	1	977
Cierre 1er concurso estudiantil mi energía, tu energía	Dic	1	250
City lab íntimo	Abr - jul - oct	1	187
City lab latiniamérica 2017	Dic	1	1034
Concurso estudiantes	May	1	300
Conferencia de biotecnología e innovación	Dic	1	392
Conferencias de prensa elecciones 2017	Nov - dic	4	-
Cumbre gender summit. Encuentros para la acción. Inclusión en la empresa, la educación en ciencias, tecnología e innovación	Oct	1	86
Debate presidencial 2° vuelta	Dic	1	150
Encuentro de directores y guinistas, ley larraín	Ago	1	62
Encuentro de las artes	Sep	2	534
Encuentro mundial de fabricación digital fab 13	Ago	3	22087
Energía presidencia habla a los candidatos	May	1	97
Entrega de kits saucony 10k y 15 k	Nov	1	1492

Tabla 19. Continuación

Escuela de librerías	Nov	1	45
Exposición fotográfica + expo adulto mayor	Oct	1	3285
Exposición muestra arte y ddhh 2017	Nov	1	-
Exposición país poniente 6 fotografías – 6 imágenes del Chile que no se ve	Sep	1	80
Feria música electrónica	Sep	7	13606
Feria programa comuna energética	Oct	1	3799
Feria vinilo libre	Abr - jul - sep - oct - nov - dic	5	5300
Filmación comercial Banco Edwards	Dic	1	30
Función cerrada violeta ciudadana	Oct	1	166
Grabación - Patricio Reichel	Jul	1	5
Inauguración exposición y seminario	May	1	120
Junta anual de accionistas vspt/ccu	Abr	1	98
Lanzamiento reportes de educación	Abr	1	68
Lanzamiento concurso semana de la madera	Abr	1	74
Lanzamiento concurso funciona 2017	Sep	1	172
Lanzamiento de libro de convivencia escolar y ficha web	Dic	1	110
Lanzamiento íntimo video artista internacional	Abr	1	56
Lanzamiento libro historia secreta de Chile 3	Sep	1	296
Lanzamiento libro licitaciones del sector eléctrico	Ago	1	93
Lanzamiento libro lo que el dinero sí puede comprar de Carlos Peña	Dic	1	130
Lanzamiento libro magnicidio de Carmen Frei	Sep	1	320
Lanzamiento libro más allá del jardín de Isabel Allende	Ago	1	205
Lanzamiento libro Tatí Allende de Marco Álvarez	Oct	1	260
Lanzamiento parrilla de producciones audiovisuales chilenas	Ago	1	60
Mercado Chec	Dic	1	76
Muestra fotográfica de profesores 50 años CPEIP	Ago	1	134
Premiación arte y ddhh 2017	Nov	1	173
Premio comunidad mujer	Jul	1	139
Presentación estudio nacional	Jun	1	73
Presentación grupo Morat	Nov	1	263
Presentación mejora a políticas públicas a los candidatos	Oct	1	147
Primera piedra del proyecto Tao de la Universidad de Tokio	Nov	1	80
Reporte estudio nacional	Nov	1	56
Semana de la madera	Ago	5	32385
Seminario de construcción en madera	Ago	1	91
Seminario lanzamiento IPI. Primera infancia	May	1	244
Seminario Mineduc	Ago	1	56
Seminario proyecto GEF/MMA/PNUD especies exóticas invasoras	Sep	1	166
Seminario TV digital	Nov	1	97
Seminario vertical	Nov	1	55
Siggraph 2017	Sep	1	1109
Talleres emprendimientos creativos	May	1	100
Transmisión online	Nov	1	S/dato
Celebración día de la mujer - comunidad mujer	Mar	1	351
Semana del agua	Mar	3	696
Water clima + comunidad europea	Mar	1	139
Lanzamiento del libro de la exposición siete premios maestros artesanos	Mar	1	41
Premiación concurso funciona! 2016	Mar	1	260
Total		102	128.405

SISTEMAS DE CONTEO

A continuación se detalla la descripción de cada categoría junto a su respectivo sistemas de conteo de público:

1. Visitas al edificio

Se entienden todas las visitas a GAM, contabilizando cada vez que una persona ingresa por alguno de sus accesos: Plaza Central Alameda, Plaza Poniente calle José Ramón Gutiérrez o feria de antigüedades y Plaza Oriente.

Sistema automatizado de conteo de ingresos y salidas incorporado en cámaras IP, las que se encuentran instaladas en los accesos de Plaza Central, Plaza Oriente y Plaza Poniente, generando información en línea para la Unidad de Estudios. El sistema es provisto por una empresa especializa en este tipo de tecnología.

Para establecer el número diario total de visitas al edificio, se suman los registros generados en los tres accesos antes mencionados y se descuenta el promedio diario de ingresos del personal GAM.

2. Programación de artes escénicas y musicales en salas

Funciones de artes escénicas y musicales realizadas en las salas de GAM: Sala A1, Sala A2, Sala Negra 1, Sala Negra 2, Sala Blanca 1 y Sala Blanca 2.

Sistema de validación de tickets a través de máquinas PDA utilizadas por los asistentes de sala en el ingreso a cada función. A partir de la validación se generan de manera automática informes en línea a los que tiene acceso la Unidad de Estudios. Dichos informes detallan el número de tickets por obra, por función y por tipo de ticket, lo que permite establecer el conteo. Esta tecnología es provista por la empresa de venta de tickets asociada a GAM. Además se contabilizan los ingresos a sala sin ticket, los que reporta en detalle la Unidad de Públicos.

3. Programación de artes escénicas y musicales en otros espacios

Funciones de artes escénicas que se realizan en otros espacios diferentes a las salas, por lo general en las plazas, Hall A, Hall B, Foyer Zócalo y Foyer Oriente.

Sistema de validación de tickets a través de máquinas PDA para el caso de programación de acceso pagado, y conteo manual realizado por el personal de producción a cargo en el caso de programación de acceso gratuito, el que es registrado en planilla Excel y es compartido con la Unidad de Estudios.

4. Programación audiovisual

Corresponde a proyecciones audiovisuales, por lo general en el marco de festivales.

Al igual que la programación de artes escénicas en salas, el conteo se realiza a través del sistema validación de tickets a través de máquinas PDA.

5. Sala de Artes Visuales

Exposiciones en la Sala de Artes Visuales, y el conteo de visitas diarias a éstas. No se consideran las actividades realizadas en este espacio.

Al igual que en las visitas al edificio, se utiliza el sistema automatizado de conteo de ingresos y salidas incorporado en cámara IP en el acceso a la sala. De la cifra total registrada a través de este sistema, se descuenta el promedio de ingresos diarios correspondientes al personal GAM.

6. Sala de Arte Popular

Exposiciones en la Sala y conteo de visitas diarias. No se consideran las actividades realizadas en este espacio.

Contempla sistema automatizado de conteo de ingresos y salidas incorporado en cámara IP en el acceso a la sala. De la cifra total registrada a través de este sistema, se descuenta el promedio de ingresos diarios correspondientes al personal GAM.

7. Exposiciones en espacios abiertos

Exposiciones realizadas fuera de las salas de exposición (Sala de Artes Visuales y Sala de Arte Popular), y su respectivo conteo de visitas.

Conteo manual realizado por el personal GAM a cargo, el que es registrado en planilla Excel y compartido con la Unidad de Estudios, y sistema automatizado de conteo de ingresos y salidas incorporado en cámara IP, dependiendo el lugar de la exposición.

8. BiblioGAM

Usuarios del espacio de la biblioteca de GAM: BiblioGAM. También se describen las exposiciones realizadas en este espacio, no así las actividades.

Sistema Microsoft Access utilizado por el personal del mesón de consultas para registrar cada ingreso e identificar el género y grupo etario de los usuarios. A partir de este sistema se generan informes que son compartidos con la Unidad de Estudios, y de los que se desprende el conteo.

9. Otras actividades de programación

Corresponde a todas las actividades que no son funciones de artes escénicas o musicales, ni actividades de Audiencias, por ejemplo: seminarios, charlas, conferencias, clases o talleres, premiaciones, ferias, inauguraciones, lanzamientos, entre otros.

Por lo general son actividades complementarias a la programación artística.

Conteo manual realizado por el personal de producción a cargo, el que es registrado en planilla Excel y compartido con la Unidad de Estudios.

10. Actividades de Audiencias

Actividades que tienen como objetivo intervenir en las barreras que condicionan el acceso y la participación de una determinada comunidad o grupo en la oferta cultural. Estas actividades son diseñadas y desarrolladas por las unidades que componen el área de Audiencias: Unidad de Educación, Unidad de Mediación, Unidad de Biblioteca y Unidad de Públicos.

Registros de asistencia e identificación de beneficiarios que participan de cada actividad. Estos registros son compartidos con la Unidad de Estudios y es posible desprender el conteo desde ellos.

11. Visitas guiadas

Conteo manual realizado por el equipo de Públicos, el que es registrado en planilla Excel y compartido con la Unidad de Estudios.

12. Programación comercial

Actividades desarrolladas por medio del arriendo de espacios de GAM, las cuales guardan relación con los lineamientos de GAM.

Conteo manual realizado por el personal de producción a cargo, registrado en planilla Excel por la coordinación de gestión comercial y compartida con la Unidad de Estudios.

ANEXO II

REPORTE 2017 DE BIBLIOTECA

BIBLIOGAM EN CIFRAS 2017

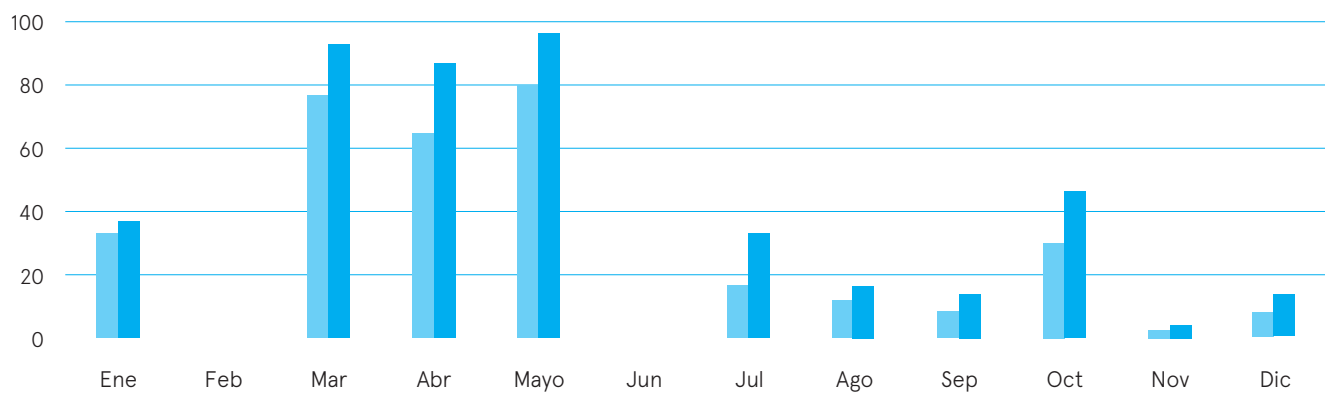
Donaciones

	Títulos	Vol.	Valor aprox.
Enero	36	39	\$ 382.500
Febrero	0	0	\$ 0
Marzo	78	90	\$ 831.900
Abril	66	83	\$ 785.400
Mayo	80	93	\$ 313.000
Junio	0	0	\$ 0
Julio	14	34	\$ 233.000
Agosto	10	15	\$ 75.000
Septiembre	7	14	\$ 71.000
Octubre	30	45	\$ 409.665
Noviembre	2	4	\$ 65.000
Diciembre	7	13	\$ 89.000
Total	330	433	\$ 3.255.465

83

Gráfico 1. Donaciones

■ Títulos
■ Vol.

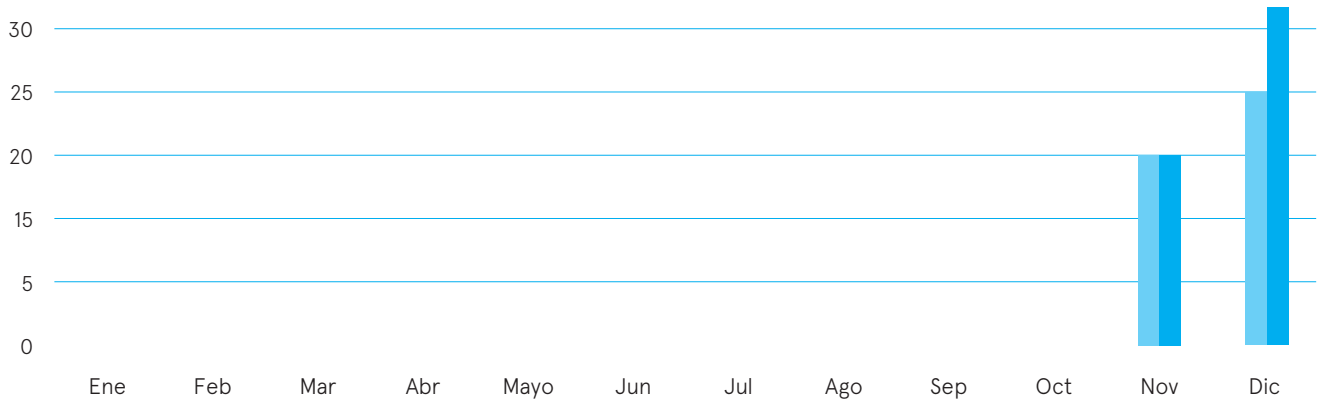


Compras

	Títulos	Vol.	Valor aprox.
Enero	0	0	\$ 0
Febrero	0	0	\$ 0
Marzo	0	0	\$ 0
Abril	0	0	\$ 0
Mayo	0	0	\$ 0
Junio	0	0	\$ 0
Julio	0	0	\$ 0
Agosto	0	0	\$ 0
Septiembre	0	0	\$ 0
Octubre	0	0	\$ 0
Noviembre	20	20	\$ 230.181
Diciembre	25	32	\$ 302.555
Total	45	52	\$ 532.736

Gráfico 2. Compras

■ Títulos
■ Vol.



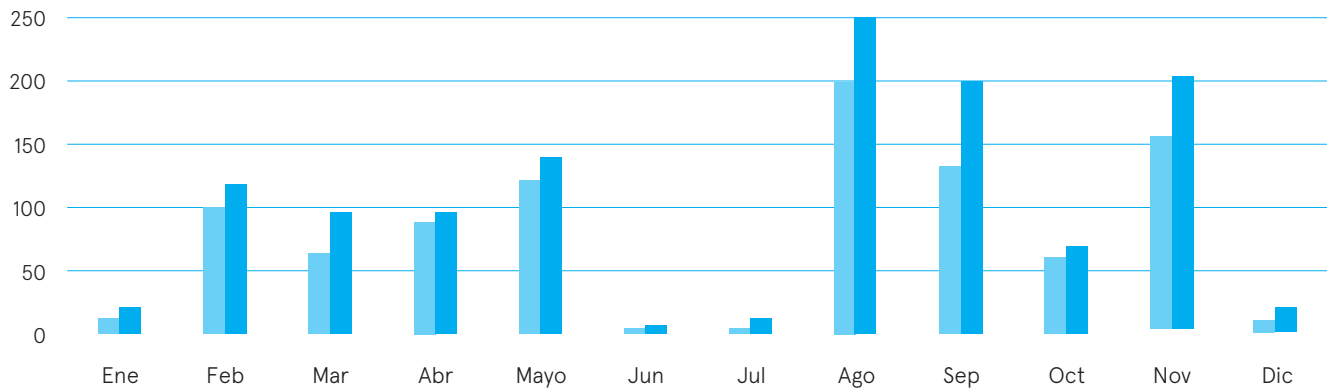
Catálogo

	Títulos	Vol.	A la fecha
Enero	9	14	15.267
Febrero	101	122	15.389
Marzo	64	97	15.486
Abril	79	94	15.580
Mayo	118	135	15.715
Junio	1	8	15.723
Julio	2	12	15.735
Agosto	200	248	15.983
Septiembre	127	202	16.185
Octubre	59	63	16.248
Noviembre	155	206	16.454
Diciembre	10	17	16.471
Total	925	1.218	16.471

85

Gráfico 3. Catálogo

■ Títulos
■ Vol.



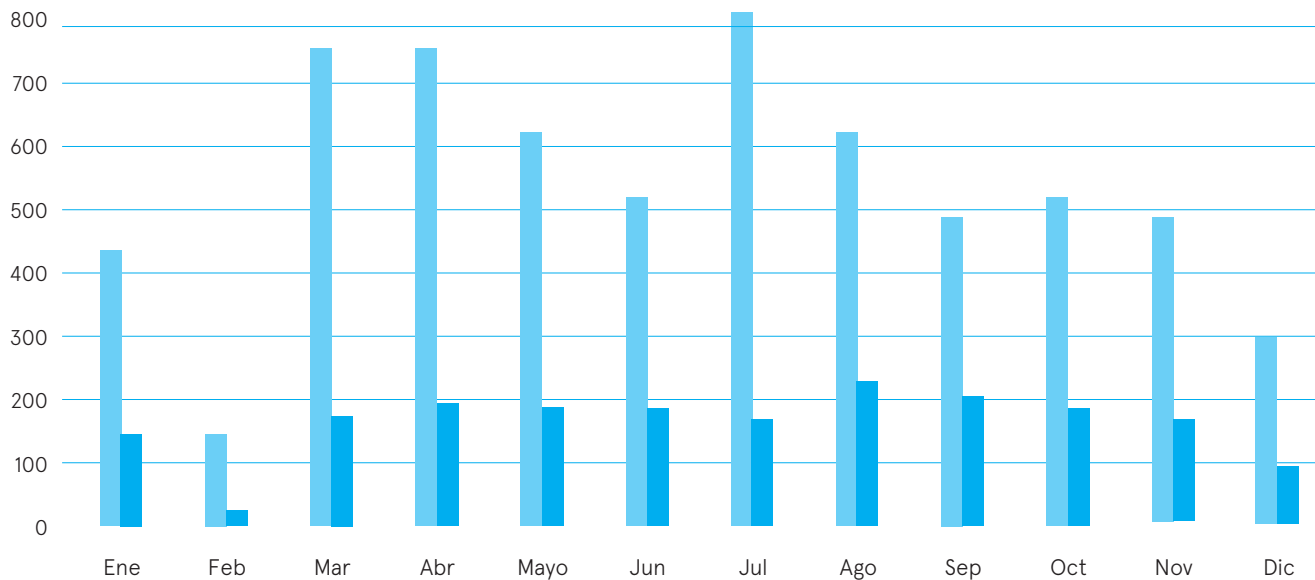
Circulación

	Consulta en sala	Domicilio*
Enero	441	139
Febrero**	135	31
Marzo	771	165
Abril	771	207
Mayo	608	180
Junio	533	193
Julio	833	158
Agosto	645	237
Septiembre	484	199
Octubre	551	173
Noviembre	483	161
Diciembre	301	91
Total	6.556	1.934

* Incluye renovaciones
 ** Cerrado dos semanas

Gráfico 4. Circulación

■ Consulta en sala
 ■ Domicilio



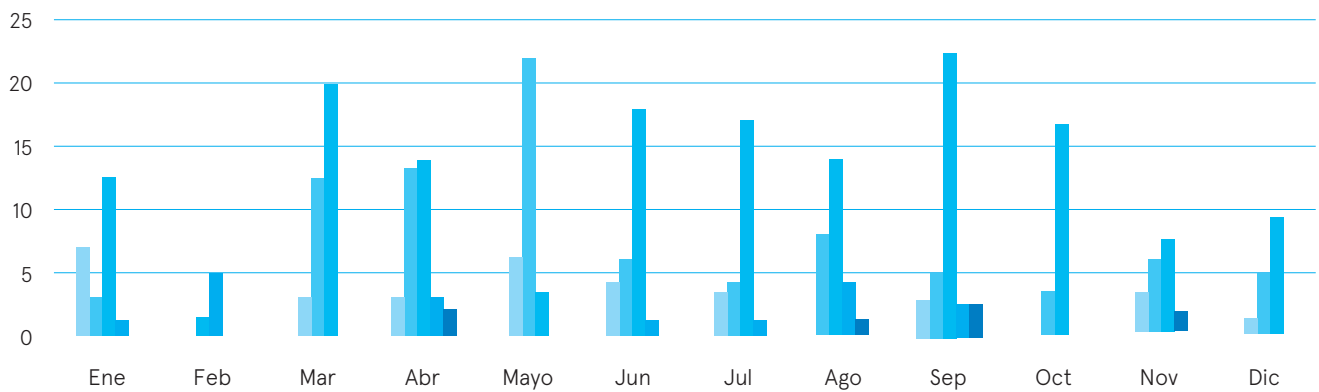
Nuevos socios por mes

Mes	Adulto mayor	Estudiantes	General	Profesor	GAM
Enero	7	3	13	1	0
Febrero	0	1	5	0	0
Marzo	2	12	20	0	0
Abril	3	13	14	2	1
Mayo	0	6	22	3	0
Junio	4	6	17	1	0
Julio	3	4	16	1	0
Agosto	0	8	14	3	1
Septiembre	3	5	22	2	2
Octubre	0	3	16	0	0
Noviembre	3	6	7	0	1
Diciembre	1	5	9	0	0
Subtotal	26	72	175	13	5
Total	291				

87

Gráfico 5. Nuevos socios por mes

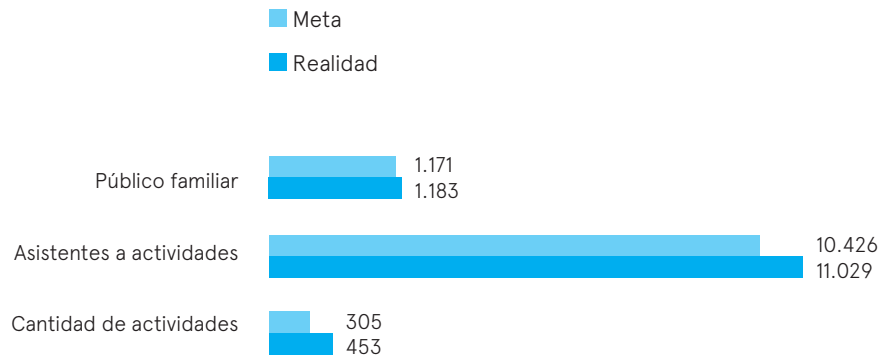
- Adulto mayor
- Estudiantes
- General
- Profesor
- GAM



Alcance de metas

	Metas	Asistencias
Cantidad de actividades	305	452
Asistentes a actividades	10.426	11.029
Asistentes (Público familiar)	1.171	1.183

Gráfico 6. Alcance de metas



ANEXO III

REPORTE 2017 DE COMUNICACIONES Y MARKETING

PUBLICACIONES PERIODÍSTICAS

Los datos de este informe fueron realizadas a partir del monitoreo de prensa que entrega la empresa Globalnews:

ANÁLISIS CUANTITATIVO

Publicaciones: 4.190 (3.354 el 2016)

Promedio mensual: 349 (280 el 2016)

La cantidad de publicaciones de prensa respecto del 2016
Aumentó en un 18% respecto al año anterior

INVERSIÓN PUBLICITARIA ESTIMADA

Total anual: \$ 7.099.888.399

Promedio mensual: \$ 591.657.367 (\$ 6.038.220.083 el 2016)

Aumentó en un 46% respecto al año anterior

ANÁLISIS CUALITATIVO

Publicaciones positivas: 3.905 (93%)

Noticias negativas: 22 (0,5%)

Noticias neutras: 263 (6%)

PRESENCIA DE GAM EN MEDIOS PERIODÍSTICOS

El 2017 fue un año de consolidación del Director Ejecutivo (asumido en marzo del 2016) y su gestión, contándose 138 publicaciones relacionadas a Felipe Mella y diversas noticias corporativas. Se realizó el lanzamiento de la programación 2018 con una excelente cobertura y asistencia de medios escritos, radiales y televisivos (26). Asimismo, llamaron la atención la construcción del nuevo edificio (74), el aniversario de GAM (16) y la formación de Barrio Arte (15).

Una tarea anual, que fue proyectada dentro del plan estratégico de comunicaciones, fue ser una plataforma de intercambio entre Santiago y regiones. Este objetivo impulsó 144 apariciones en medios de comunicación regional y nacional, que cubrieron noticias relacionadas a la circulación de obras y convenios.

El Diario Austral de la Araucanía, El Austral de Valdivia, Diario El Nortino, El Centro de Talca, El Conce Cuente, El Día de La Serena, El Diario de Concepción, El Lector de Linares, El Llanquihue de Puerto Montt, El Ovalino, El Pingüino de Punta Arenas, El Sur de Concepción, La Estrella de Iquique, La Prensa Austral de Punta Arenas y ProAraucanía, fueron algunos de los medios regionales que dieron cuenta de obras que viajaron para presentarse en GAM, otras que viajaron para subirse a escena en provincia, experiencias inclusivas y talleres realizados por GAM en regiones e instancias de firma de acuerdos.

La circulación GAM también fue publicada en medios nacionales como El Mercurio, La Tercera y El Mostrador, entre otros.

Otro objetivo fue difundir el programa de extensión internacional. Cinco obras viajaron a Chile desde Australia, Argentina y Escocia presentando temporadas cortas de 3 a 4 funciones cada una. Fueron 50 notas periodísticas publicadas que dieron cuenta de la calidad del teatro y la danza extranjera. Además, se sumaron algunas de The New York Times y de The Guardian presentando los mejores lugares para recorrer en Santiago.

Relevar la figura de Gabriela Mistral también fue un importante desafío de comunicaciones. Es por ello que se creó la campaña Gabriela & Violeta, donde ambas mujeres emblemáticas vivieron aventuras en una web serie, fueron entrevistadas en tv y luego quedaron inmortalizadas en una novedosa instalación permanente en la plaza central de GAM. La instancia consiguió 23 publicaciones en diarios, sitios web, televisión y radio.

La prensa siguió con atención la línea curatorial del año, que estuvo marcada por Violeta Parra, Raíces y Memoria. Más de 700 noticias dan muestra de la gestión realizada en estos énfasis programáticos.

Las obras de teatro más comentadas del año fueron justamente producciones y coproducciones GAM: *Esto (no) es un testamento* (82 apariciones), *En fuga no hay despedida* (66) y *Locutorio* (65). Le siguen de cerca importantes obras como *Noche mapuche* (61), *La gaviota* (58) y *Año nuevo* (58).

La danza contemporánea siempre ha sido una disciplina compleja para el interés de los medios, sin embargo, hubo diversas publicaciones con *La mundial* (37), *Malen* (29) y *Qué pasa en la sala* (19).

En artes visuales, las exposiciones más cubiertas fueron *Primavera de la juventud* (32), *Del cóndor al oso* (38) y *Art Stgo* (36).

Asimismo, las actividades de audiencias y públicos tuvieron 180 apariciones, como las jornadas de yoga, las escuelas de verano e invierno, las actividades de inclusión, los talleres de BiblioGAM y las actividades en plaza.

Importante fue el aumento en el IPE (Inversión Publicitaria Estimada)*. El monto subió un 17% respecto al año anterior, resultando en más de 7 mil millones de pesos anuales.

Los medios de comunicación publicaron 3.905 noticias positivas para la imagen corporativa de GAM, en torno a los temas de programación artística, audiencias y la gestión de la institución. Las noticias negativas disminuyeron en un 0,3% (22 publicaciones), representando sólo el 0,8% del total. Casi todas referidas a la segunda etapa (retrasos en la construcción, asaltos en el sector, ruidos molestos e ingreso de obreros en protesta a GAM).

Por disciplina, los hitos que tuvieron mayor cobertura de los medios nacionales fueron:

Gráfico 1: Teatro

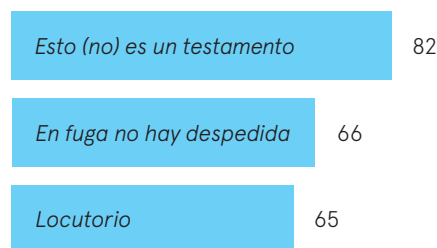


Gráfico 2: Danza

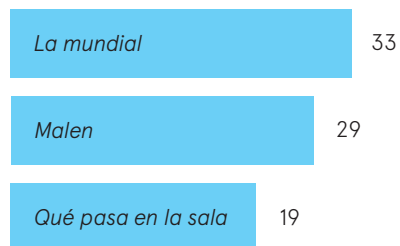
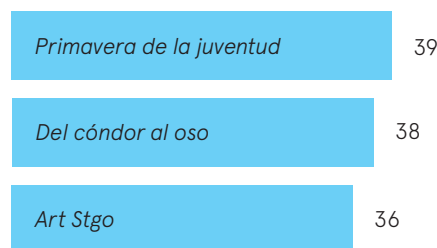


Gráfico 3: Artes visuales



* IPE: valor ficticio por centímetro cuadrado en diarios impresos; por segundo en radio y televisión; y el costo que cada mil visitas en los medios de Internet.

Gráfico 4. Evolución por mes

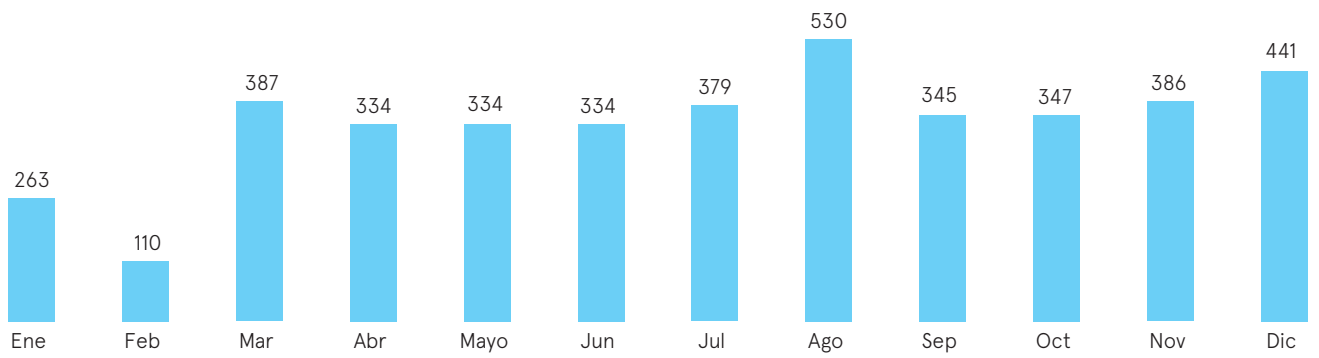


Gráfico 5. Valoración por mes

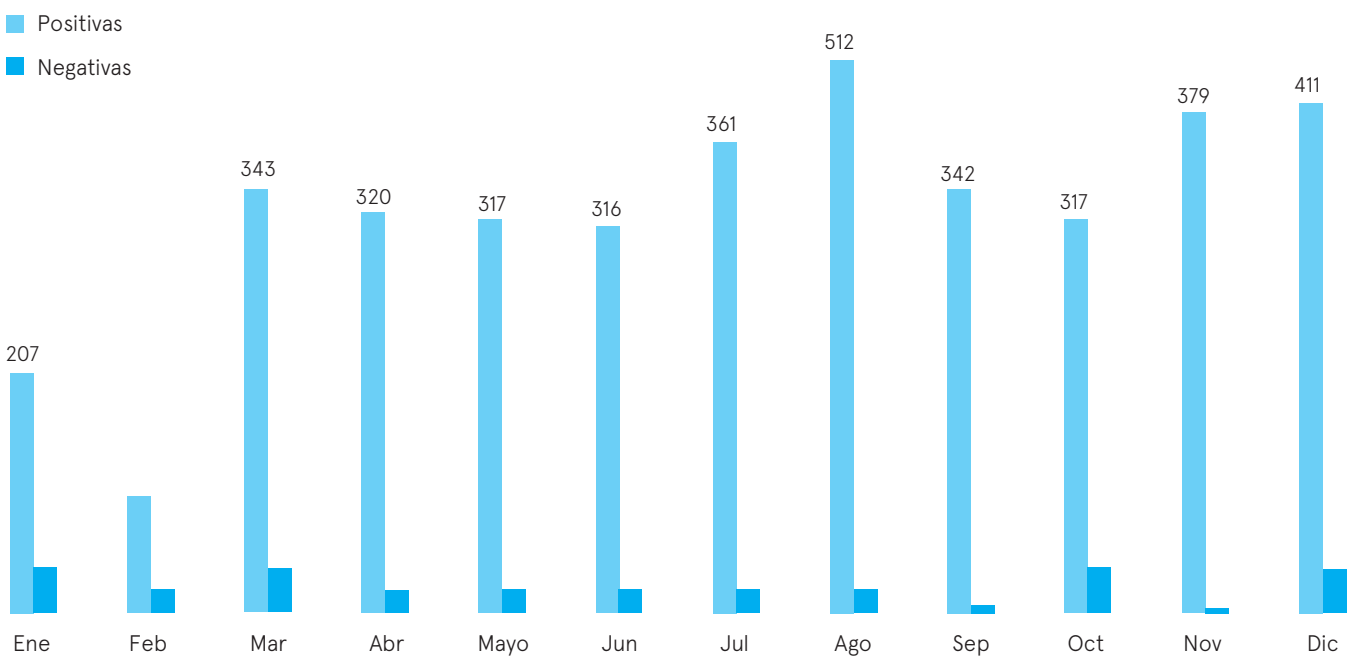
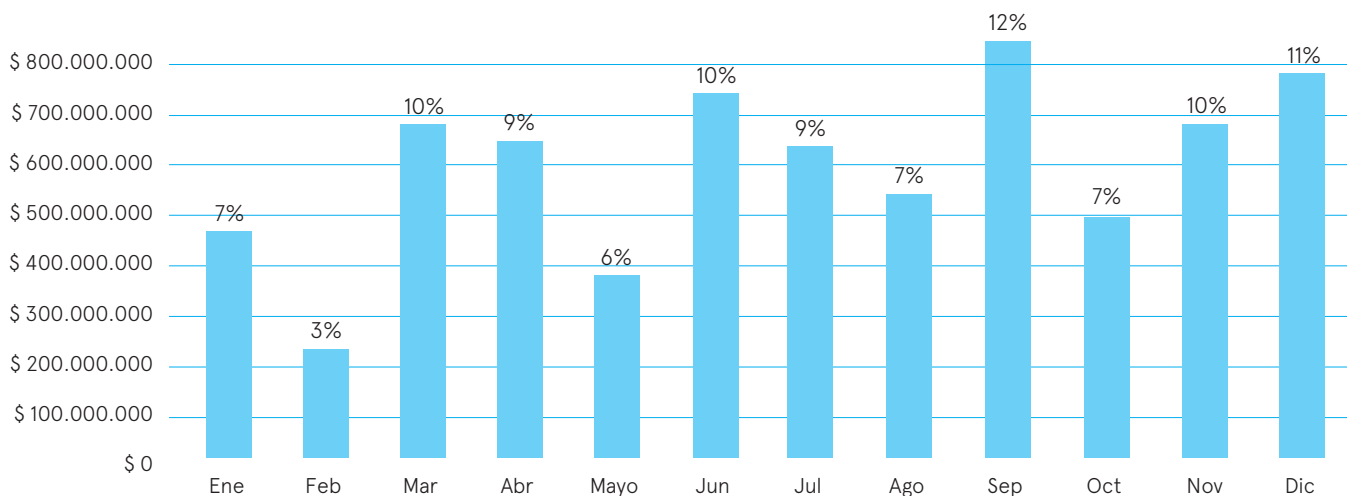


Gráfico 6. Análisis de inversión



La Inversión Publicitaria Estimada (IPE) corresponde a valor ficticio por centímetro cuadrado en diarios impresos; por segundo en radio y televisión; y el costo que cada mil visitas en los medios de Internet. Es decir, lo que se habría pagado por aparecer. El IPE de 2017 es \$7.099.888.399.

La mayoría de la cobertura de temas GAM está dada por los medios online con 2.864, luego diarios y revistas de Santiago con un promedio de 1.095 artículos y radio y televisión con 234 menciones. Todos los medios subieron sus porcentajes de publicación.

Los medios que más notas publicaron de GAM fueron en diarios El Mercurio (281) y La Tercera (197). En TV CNN Chile (45) y Chilevisión (15). En los portales noticiosos web El Mostrador (150) y latercera.cl (111) y en radios Biobío (46) y Cooperativa (18).

En los medios regionales, GAM apareció en un total de 277 publicaciones en diarios y portales desde Arica a Punta Arenas.

PUBLICIDAD POR CANJE

SPOT

Gracias al convenio de media partner con CNN Chile, GAM tuvo 700 pasadas de spot el 2017, contemplándose en total 8 campañas. Entre enero y diciembre, se emitieron spots de Lo mejor de GAM, Año nuevo, Incluye, Gabriela y Violeta, En fuga no hay despedida, Noche mapuche, Ciclo Australia Contemporánea y GAM 2018.

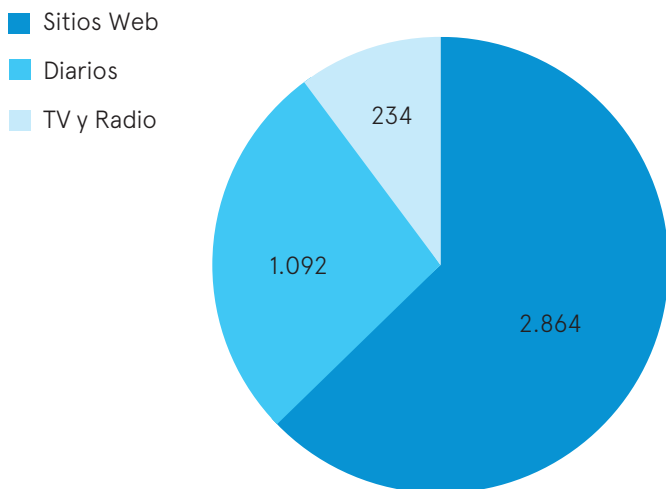
Además, se formalizó una cartelera GAM quincenal desde el mes de agosto con un total de 9 realizadas (19 el 2016).

ENVÍOS DE PRENSA

Desde la plataforma de envíos masivos de MasterBase, se enviaron más de 80 comunicados de prensa, además de las carteleras con programación mensual.

Las métricas para evaluar los envíos, arrojan una tasa de aceptación del 94% (85% el 2016) y de apertura promedio de un 20% (de un universo de más de 800 contactos).

Gráfico 7. Análisis por tipo de medio



REGISTRO FOTOGRÁFICO PARA PRENSA

Se realizaron casi 100 servicios fotográficos durante el año para funciones y ensayos de programación artística y actividades de audiencias.

Créditos fotográficos: Jorge Sánchez.



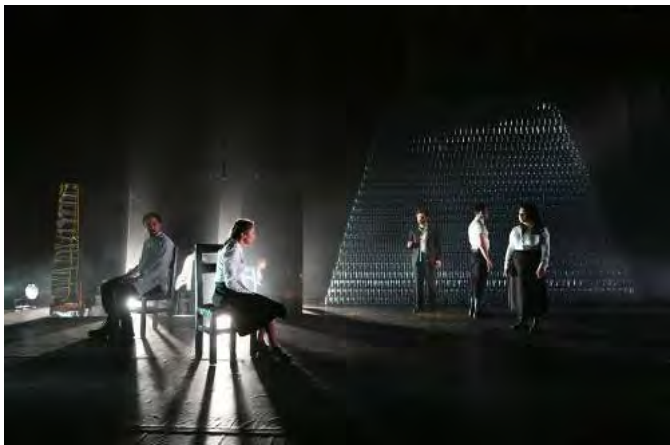
En fuga no hay despedida



Oedipus schmoedipus



Año nuevo



Matar a Rómulo



Pompeya



La gaviota



Locutorio

MEDIOS DIGITALES

GAM.CL

2017 es el año que el sitio web retoma el promedio de visitas que había demostrado en 2015 cuando se puso en marcha la nueva plataforma. En términos generales, paso a ser el segundo medio de información de las preferencias del público a la hora de enterarse del acontecer del centro cultural, según los datos emanados de la Encuesta de caracterización de público GAM.

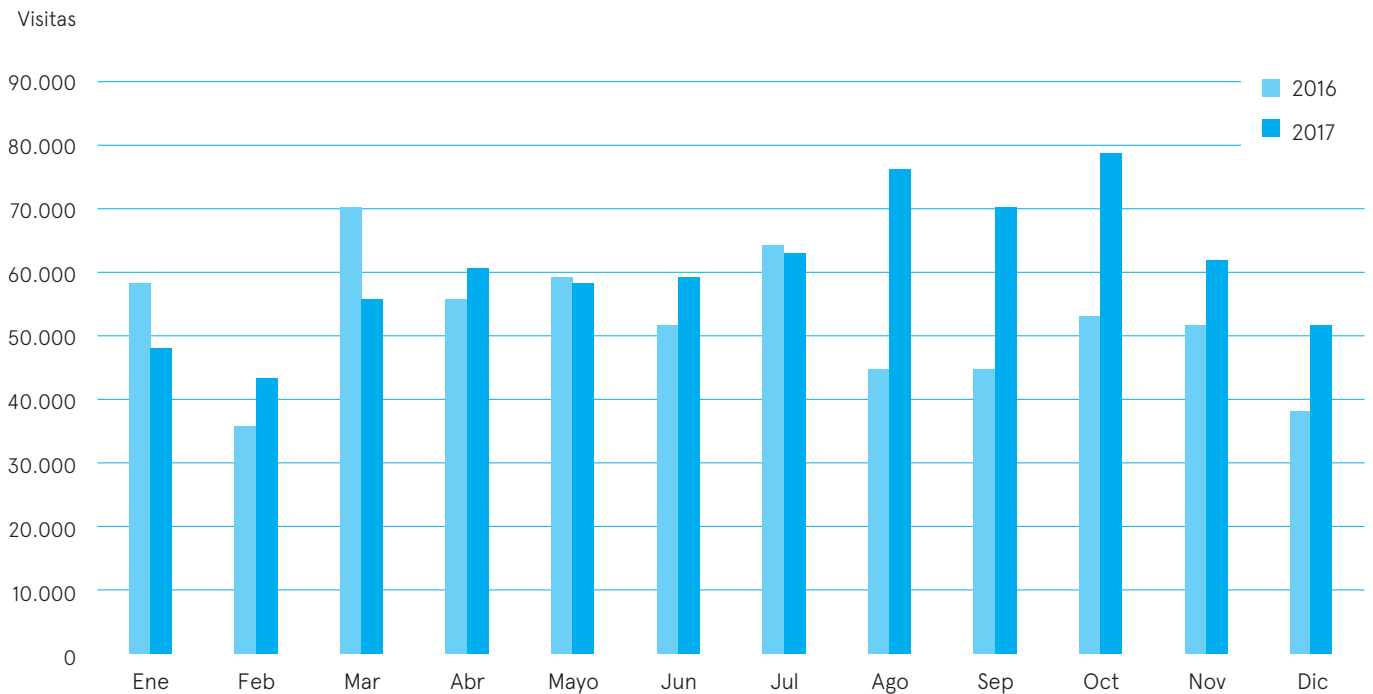
Durante el primer semestre de 2017, el sitio promedia 54.179 visitas mensuales, lo que significa una baja de un 1,02% con respecto al primer semestre de 2016. Sin embargo, en el segundo semestre este escenario cambia notablemente, promediando 67.107 visitas mensuales, lo que significa un alza de un 34,06% con respecto al segundo semestre de 2016.

Esta alza del segundo semestre hace subir los números anuales en comparación con 2016. El total de visitas sube de 628.788 a 727.723, lo que se traduce en un aumento de un 15,7% con respecto al año anterior.

El peak anual se dio en octubre, con 77.806 visitas (ver gráfico N°8), sumando un total anual de 727.723. El alza de octubre se refleja en un evento en particular, Vivo Yoga 2017, cuyas inscripciones se realizan en el sitio web gracias a la realización de un landing page especial programado para dicho fin.

98

Gráfico 8. Visitas gam.cl durante 2017



LANDING PAGES Y MINISITIOS

2017 es el año donde se vuelven a considerar los formatos específicos de contenido o también llamadas páginas de aterrizaje. En 2013 y 2014 habían mostrado buena fidelización por parte del público para eventos específicos como la campaña a cuarenta años del golpe de estado y los Seminarios de formación de audiencias. Este año, se activan 5 minisitios dirigidos a nichos específicos:

VIVO YOGA

Esta pieza contiene la información del evento Vivo Yoga, una jornada de dos días con clases masiva de yoga al aire libre. Los asistentes al evento masivo se inscriben solo por esta vía, y obtienen información de las escuelas participantes. En solo un mes, logra 107.772 visitas, siendo el contenido más visto del año y representando el 5,7% de las páginas vistas totales del sitio.

SEMINARIO INCLUYE

Este desarrollo se hace por primera vez y se trabaja con un html netamente inclusivo: todo el sitio es accesible para personas en situación de discapacidad siguiendo la normativa del Servicio Nacional de la Discapacidad (Senadis). Los usuarios se inscribieron en este Tercer Encuentro para la Inclusión Social de Personas en Situación de discapacidad en el campo de la Cultura y las Artes, levantando en más de 4 mil 700 las visitas durante su único mes de funcionamiento.

GABRIELA & VIOLETA

La campaña, realizada con el patrocinio del Museo Violeta Parra y la colaboración de Metro de Santiago y la artista Macarena Ahumada, tiene piezas audiovisuales (web serie), imágenes, postales, gifs, que se albergan en este sitio. Desde su puesta en marcha en mayo, hasta finales de diciembre, almacenó 3.183 páginas vistas (ver más adelante Campaña Gabriela & Violeta).



www.gam.cl/vivoyoga2017



www.gam.cl/incluye



www.gam.cl/gabrielavioleta

SEGUNDA ETAPA GAM

La construcción de la segunda etapa de GAM, que implica una Gran Sala de espectáculos para casi dos mil personas, tuvo en 2017 su mayor actividad y demanda de información por parte de los vecinos del barrio, la prensa, el público visitante de GAM y la opinión pública en general. Esta landing page logra su objetivo de informar sobre el proyecto y entrega datos a los vecinos para gestionar cualquier duda o reclamos por los ruidos de la misma construcción. Obtuvo 2.650 visitas únicas y se mantiene en constante actualización.

LANZAMIENTO PROGRAMACIÓN 2018

El 29 de noviembre de 2017, se realizó el Lanzamiento de la Programación 2018 que implicó un evento tecnológico, con hologramas, pantallas interactivas y despliegue en redes sociales y streaming. Este landing page viene precisamente a ser el paraguas que alberga toda la información y la transmisión en directo, además de los comentarios en twitter. Es el desarrollo que tiene menos tiempo al cierre de esta Memoria, alcanzando casi 1.500 visitas.



www.gam.cl/segunda-etapa-gran-sala-gam



www.gam.cl/2018

REDES SOCIALES

Si en 2016 las redes sociales propusieron contenidos relacionados con campañas de difusión de la programación o vida en GAM, en 2017 se expandió la idea hacia conceptos autocreados. La curatoría digital de GAM planifica los temas que serán relevantes en el año para darle una nueva mirada pensando en públicos móviles, ávidos de contenido compartible y dinámico, como parte del desarrollo del marketing de contenidos digitales (inbound marketing), que se viene realizando con fuerza desde 2013.

Facebook se consolida como la red social más influyente de los medios digitales de GAM y ocupa el primer lugar de las redes cuando se consulta sobre el principal medio que el público utiliza para informarse de los espectáculos y actividades de GAM.

Twitter se posiciona como la red social con más seguidores entre todas las cuentas de cultura, albergando a seguidores activos y opinantes que nos dieron tendencias nacionales en más de una ocasión. Instagram revela cada año mayor potencial en el uso de características propias de esta red y es el lugar ideal para sacar partido a los variados contenidos de GAM: historias cortas en video que muestran la activa "vida en GAM"; fotos de la arquitectura del edificio; cartelera de artes escénicas y making off de exposiciones; campañas digitales, entre otros, promediando 500 interacciones en cada contenido publicado.

Youtube se mantiene como un espacio GAM TV, aumentando cada año la producción de material audiovisual referente a programación artística, entrevistas propias, prensa y campañas.

La preferencia del público hacia la figura de Gabriela Mistral se acrecienta desde 2015 - tras la campaña de Ópticas Femeninas - y se hace presente en productos digitales hasta llegar a la fachada del edificio. Teniendo estos antecedentes en cuenta, y haciéndose cargo del plan estratégico de GAM, el equipo de Comunicaciones y Marketing crea en 2017 la campaña Gabriela & Violeta, cuya vida se desarrolla íntegramente en redes sociales hasta abarcar una acción de marca en el edificio.

14.733 nuevos fans
 346.642 promedio alcance total 28 días¹

Principal red social que el público utiliza para informarse de las actividades de GAM

FACEBOOK

Facebook es una red consolidada en la vida de las personas lo cual la hace un canal de comunicación cercano a la hora de informar sobre las actividades de GAM. En 2017 se publicaron más de 2 mil notas (6 diarias en promedio), las cuales aportaron 162.913 reacciones anuales de los usuarios (entre me gusta, compartidos y comentarios).

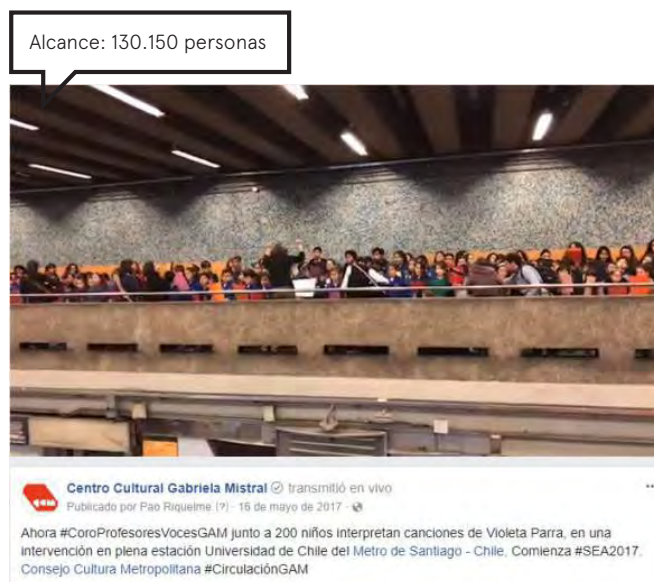
Los más de 150 mil fans demandan contenidos vivos, que emocionen y sean creativos, hecho que se expresa en las publicaciones más exitosas del año: videos de acontecimientos en plazas de GAM como la entrevista con la intervención de Hombres Tejedores o una pareja masculina de bailarines de tango ensayando en plaza zócalo; coro de profesores cantando en el Metro de Santiago; talleres de cueca urbana en vivo y la campaña Gabriela & Violeta.

Durante el primer semestre de 2017, la página alcanzó los 146.333 fans aumentando un 11, 4% en comparación al mismo período del año anterior. La media de crecimiento diario alcanzó los 41 likes. Durante el segundo semestre, esta red social alcanzó los 153.617 fans durante el segundo semestre, aumentando un 10, 5% en comparación al mismo período del año anterior. La media de crecimiento diario alcanzó los 39,4 likes. En dicho período, se consolidó la campaña Gabriela & Violeta, aportando contenido viral de alto alcance a incrementando los fans en el mes de octubre. En noviembre, la actividad vuelve acrecentarse para el lanzamiento de la programación artística GAM 2018, donde se realizó una transmisión en vivo de todo el evento.

Publicaciones con mayor alcance viral en Facebook durante 2017:



Centro Cultural Gabriela Mistral
 12 de febrero de 2017
 Un tango y nada más. La danza es libre, es un espacio donde todos somos quien queremos ser, sin prejuicios ni estereotipos. ¡Buenos días!



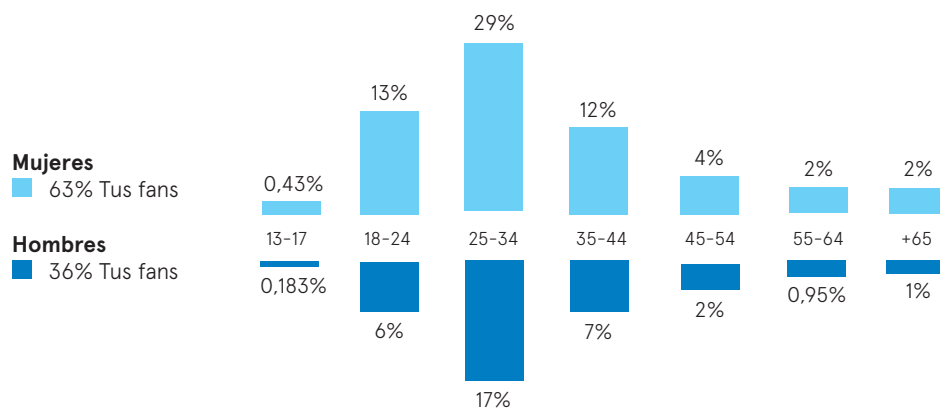
Centro Cultural Gabriela Mistral transmitió en vivo
 Publicado por Pao Riquelme (?) · 15 de mayo de 2017
 Ahora #CoroProfesoresVocesGAM junto a 200 niños interpretan canciones de Violeta Parra, en una intervención en plena estación Universidad de Chile del Metro de Santiago - Chile. Comienza #SEA2017. Consejo Cultura Metropolitana #CirculaciónGAM

¹ El alcance responde a la cantidad de personas que llegó la publicación vía directa (seguidor de Fan Page) u orgánica o viralización (compartir).

Con respecto al perfil de los fans, aunque se mantienen las características de los últimos cuatro años, este año aumentó en un punto porcentual la cantidad de mujeres seguidoras. Esto hace la siguiente radiografía de nuestra audiencia: mayoritariamente son personas entre los 18 a 44 años de edad que hablan español y residen en Chile, representando el 84% de la comunidad. El 63% de ellas son mujeres, mientras que el 36% son hombres. Los fans más activos están en el rango mujeres entre 25 y 34 años (ver gráfico N°9).

Pero, en lo que se refiere a la ubicación geográfica, este 2017 se aprecia un aumento de las audiencias de regiones e internacionales. Esto se relaciona al objetivo específico impuesto en la estrategia de comunicaciones anual, de posicionar a GAM como un centro que dialoga con regiones y Latinoamérica (ver tabla N°1).

Gráfico 9. Perfil de los seguidores en Facebook



102

Tabla 1. Ubicación geográfica de los seguidores

País	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Chile	132.939	Santiago	89.702	Español	125.001
Argentina	3.383	Valparaíso	2.644	Español (España)	18.021
México	3.267	Viña del Mar	2.417	Inglés (Estados Unidos)	5.192
Brasil	1.761	Maipú, RM	2.069	Inglés (Reino Unido)	2.193
Perú	1.731	Concepción	2.042	Portugués (Brasil)	1.781
España	1.703	Buenos Aires	1.472	Francés (Francia)	793
Estados Unidos	1.438	Puente Alto, RM	1.453	Italiano	407
Colombia	1.139	Ñuñoa, RM	1.292	Alemán	263
Francia	612	Ciudad de México	1.240	Portugués (Portugal)	246
Alemania	548	La Florida, RM	1.065	Español (México)	153

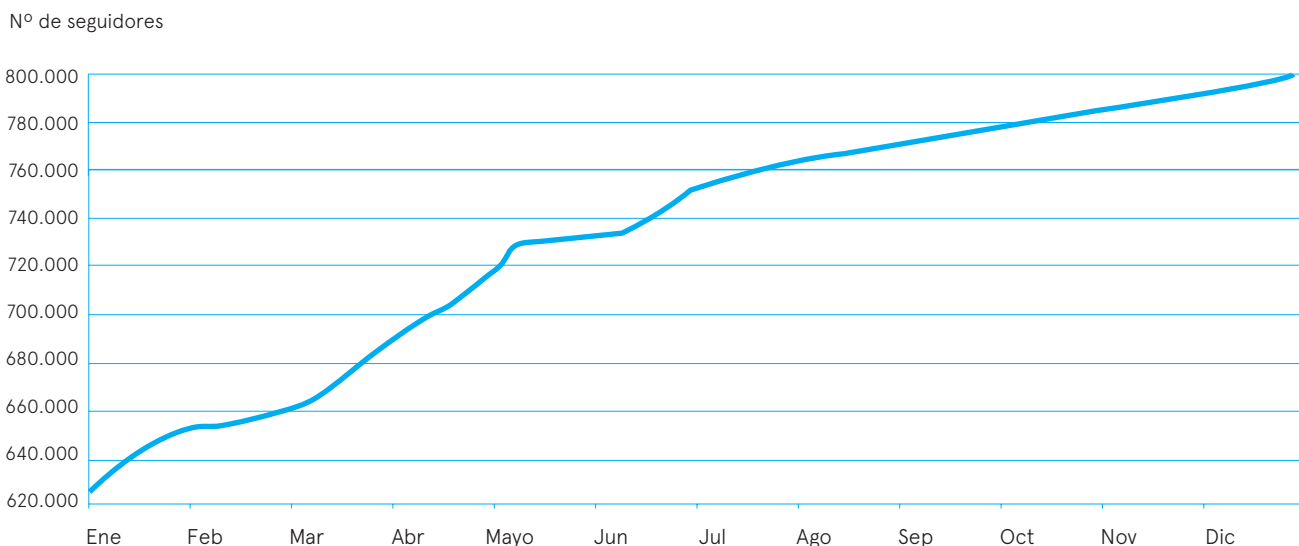
803.819 seguidores
↑ 35,8% incremento
Es la cuenta que tiene más seguidores en Cultura

TWITTER

Aunque Twitter no se proyecte con la misma alza explosiva que experimenta Facebook o Instagram –el número de usuarios activos de esta red se ha mantenido estancada en el mundo– sigue siendo un medio de información y opinión relevante. Políticos, celebridades, líderes de opinión activan sus mensajes por esta red abierta especialmente en fechas relevantes, eventos en vivo y temáticas en boga. GAM, como centro cultural vivo, no queda ajeno a esta tendencia.

El primer semestre 2017 esta red social proporcionó 9.867 visitas a la web de GAM, representando un 3,04% de las visitas. Es la cuarta fuente de tráfico hacia el sitio, ya que las primeras son Google (58,54%), tráfico directo (17,92%) y Facebook (13,96%). Durante este período, se sumaron 135.958 seguidores nuevos (33.482 más que el mismo período del año anterior), lo que representa un alza del 32,6% en doce meses, cerrando en 751.956 followers. Sin embargo, el segundo semestre sumó 52.650 seguidores nuevos, lo que comparado al segundo semestre de 2016 constituye una baja de un 69,4% en doce meses, cerrando en 803.819 followers (ver gráfico N°10).

Gráfico 10. Crecimiento anual en Twitter 2017



En cuanto a los contenidos, el mayor impacto lo tuvieron los contenidos que suceden "aquí y ahora" y que implicaron, al igual que el año pasado, efemérides y hechos noticiosos del día, como la muerte de Ángel Parra y el cumpleaños de Violeta.

Por último, en noviembre de este año se realizó el Lanzamiento de la Programación 2018 que tuvo un marcado acento tecnológico. El público que llenó la sala, disfrutó las 16 pantallas interactivas y se sorprendió con la integración de tecnologías. El público de regiones y del extranjero se sumó mediante un streaming y Twitter fue la red social que tuvo mayor movimiento: se compartieron mensajes en 168 cuentas, con 248 tweets y 191 RT, lo que implicó tener el hashtag #GAM2018 por seis horas en tendencia nacional y mundial, según indicó Trendinalia Chile.

Publicaciones más viralizadas desde la cuenta @centrogam en Twitter:

Tweet principal tuvo 28,7 mil impresiones

"La muerte no es tan importante como la vida. La gente se asusta si no ha sembrado nada". Violeta Parra. Ángel Cereceda Parra (1943-2017). pic.twitter.com/2XDduEehAH



1 191 224

Tweet con contenido multimedia principal tuvo 14,6 mil impresiones

"Que el día de tu cumpleaños es cosa muy principal". #VioletaParra100. Gabriela & Violeta. #NuncaNosFuimos pic.twitter.com/tSMPHc0Gbt



53 144

#GAM2018: tendencia en Twitter durante 2017



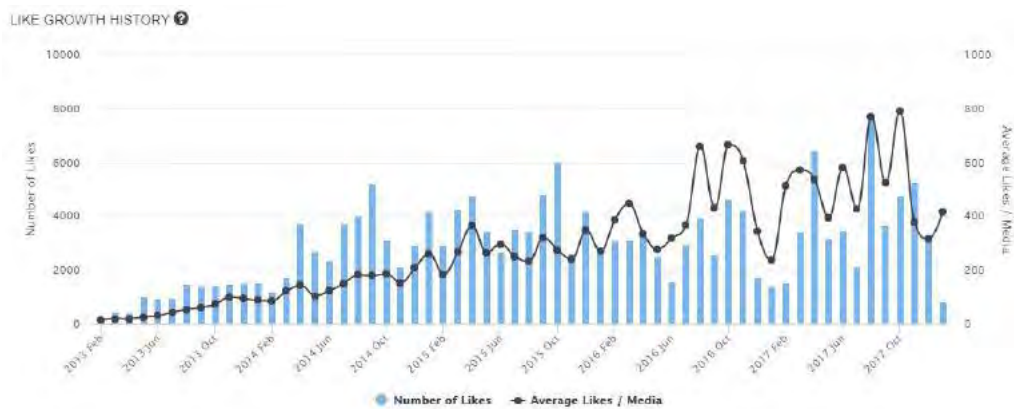
74.662 seguidores
 ↑ 25.058 nuevos fans
 ↑ 50,5% incremento

INSTAGRAM

Instagram es una de las principales redes sociales y durante 2017 tuvo un aumento mundial en el liderazgo y presencia con más de 700 millones de usuarios activos mensuales (más del doble que Twitter y tres veces más que los usuarios activos mensuales de WhatsApp y Facebook Messenger)²

En GAM, esta red social se consolida como la tercera herramienta de viralización de los medios digitales. Durante el primer semestre 2017, los seguidores de Instagram aumentaron en más de 12 mil personas, lo que implica un alza del 78,4% en doce meses. Durante el segundo semestre, dicho aumento se tradujo en un 46,7% de alza con respecto al mismo periodo del año anterior (ver gráfico N°11).

Gráfico 11. Crecimiento seguidores/me gusta en Instagram 2013- 2017

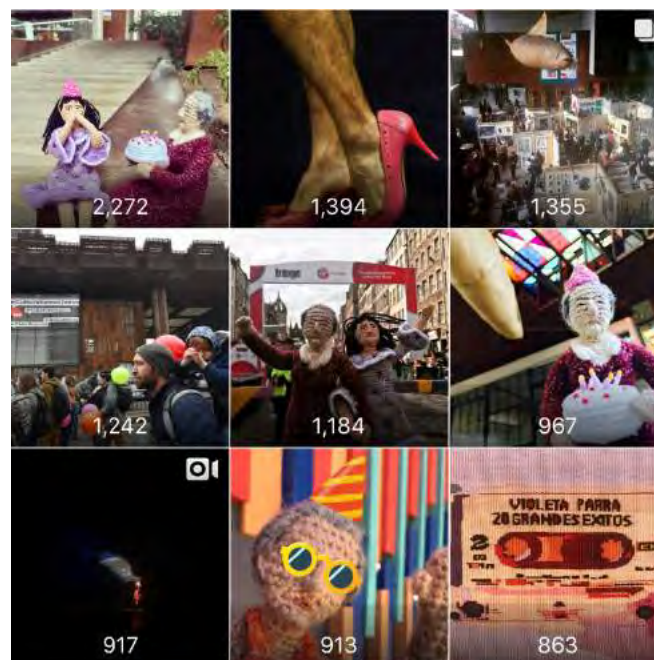


² Fuente: sproutsocial.com <https://sproutsocial.com/insights/estadisticas-de-instagram-para-marketeros/>

Durante 2017, se sacó partido a las historias, que habían mostrado un enorme potencial en la cuenta de GAM durante 2016, en el concierto en la Alameda Cámara a toda orquesta. En 2017, las historias se volcarán a las plazas mostrando todo el potencial de un lugar vivo y lleno de actividades distintas, a cada hora, todos los días.

En cuanto a los contenidos más exitosos, Gabriela & Violeta de lana se convierten en las figuras favoritas de los seguidores en Instagram, seguidas de una publicación de la obra *Pompeya*, una galería de fotos de Art Stgo y la acción comunicacional en la fachada de GAM con los hashtag más relevantes de las movilizaciones sociales. El saludo de Gabriela Mistral a Violeta Parra por su cumpleaños número 100 se convirtió en el contenido más gustado de todos los tiempos, desde la apertura de esta red social en el año 2010.

Contenidos más gustados en Instagram durante 2017



Selección de Historias de Instagram durante 2017



546.102 reproducciones
 1.424 suscripciones
 ↑ 26.5% incremento usuarios

YOUTUBE

El canal de Centro GAM recoge los trabajos audiovisuales generados por el centro en relación a promoción de obras y actividades. Durante el primer semestre 2017, alcanzó 56.033 reproducciones (21,4% más que el mismo período del año anterior) y 127 suscriptores más. Estas alzas se explican debido a la mayor producción audiovisual, tanto en virales como en la web serie Gabriela & Violeta.

Durante el segundo semestre, alcanzó 62.221 reproducciones (19,6% más que el mismo período del año anterior) y 168 suscriptores más, lo que suma un total del canal de 546.102 reproducciones y 1.424 suscriptores (ver gráfico N°12).



Gráfico 12. Rendimiento Canal YouTube Centro GAM (2011-2017)



80 puntos en índice de influencia en redes sociales

KLOUT³

Durante el primer semestre 2017, el índice de influencia en redes sociales (Klout) de GAM promedia 79 puntos en los meses con mayor movimiento (mayo y junio). Pese a algunas bajas en abril, la estabilidad del indicador se mantiene haciendo de las redes sociales de GAM las más constantes en términos de influencia viral.

De septiembre en adelante, GAM promedia 80 puntos, con énfasis en los meses con mayor movimiento (octubre y noviembre), igualando la cifra comparada con el mismo periodo del año anterior. La influencia del evento de Lanzamiento de Programación en noviembre, marcado por la participación del público en redes y la tendencia mundial en Twitter, mantuvieron este índice estable al terminar el año.

Esto deja por quinto año consecutivo, a la marca GAM como la de mayor influencia promedio entre todas las marcas de cultura, solo igualada por el Consejo de Cultura. Como antecedente, las marcas en Chile con mayor Klout durante 2017 fueron gubernamentales, como el Gobierno de Chile (94); medios de comunicación como Canal 13 (88), La Tercera (87), Cooperativa (85); y transporte público como Metro de Santiago (84); según informe de analitic.cl.

108

Gráfico 12. Representación índice Klout en 2017



³ El Klout es un índice que mide en promedio: el número de personas a las que se influye (true reach), el indicador de cuánto se inflencia a los seguidores (amplification) y la influencia que tiene una red (network, si la cuenta es seguida por personas influyentes, si ellos la mencionan, etc). El máximo de este indicador es 100 puntos.

DESTACADO: CAMPAÑA GABRIELA & VIOLETA

Durante 2017, el equipo de Comunicaciones y Marketing de GAM creó la campaña Gabriela & Violeta, con motivo del centenario de la cantautora chilena. Una curatoría digital y acción de marca que destaca a dos mujeres chilenas, cuyos mensajes son contingentes hoy. Gabriela Mistral recibe a la cantautora en el centro cultural que lleva su nombre (GAM), y la invitó a vivir el Chile de hoy. Las protagonistas, hechas de lana por la diseñadora escénica Macarena Ahumada, recorrieron el edificio y otras locaciones en un viaje por las artes, sus historias y críticas sociales.

Esta campaña potenció el espíritu colaborativo entre instituciones, ya que contó con el patrocinio y apoyo del Museo Violeta Parra, el diario El Mercurio, Metro de Santiago, Santo Crochet, CNN Chile y la Universidad de las Américas.

Con un bajo presupuesto utilizado en la confección de las muñecas pequeñas y con un alto retorno en la inversión, esta campaña se tradujo en acciones online y offline: web serie, redes sociales, virales, pendones, adhesivos, flyers, landing page, instalación en edificio, instalación en Metro de Santiago, publicaciones de prensa, spot en CNN Chile, avisos, entre otros productos detallados a continuación.

Homenaje gam.cl

Gabriela & Violeta

#NuncaNosFuimos

Gabriela recibe a Violeta en GAM para celebrarla en su centenario

Sigue la web serie Gabriela & Violeta en /CentroGam y gam.cl

f t i y

GAM Centro de las artes, la cultura y las personas

METRO DE SANTIAGO

Logo of Museo Violeta Parra

Logo of Santo Crochet

Logo of CNN Chile

Logo of Universidad de las Américas

WEB SERIE

En marzo se estrenó el primer capítulo de la web serie, primera pieza digital que da inicio a la campaña. La serie de ficción, con el lema y consigna #NuncaNosFuimos, fue realizada usando sólo celulares y logró producir un encuentro entre estas artistas chilenas que no llegaron a conocerse, pero que en sus diferentes disciplinas hicieron fuertes críticas sociales. Los capítulos fueron grabados íntegramente por el equipo de comunicaciones del centro cultural para generar episodios sueltos y lúdicos, independientes entre sí y que invitan a conocer a estas dos grandes mujeres en una faceta nunca antes vista.

Capítulo 1: "El encuentro"

En el primer episodio, vemos a Gabriela en GAM, habitando en la Biblioteca, paseando por las plazas. Violeta sale del Museo que lleva su nombre, camina por la Alameda hasta el encuentro con Gabriela. *Reproducciones totales: 34.022*

Capítulo 2: "El cumpleaños"

En este episodio, Gabriela organizará una celebración por su cumpleaños donde la veremos prepararse y convocar a sus invitados por whatsapp. A la fiesta llegará Violeta y le obsequiará una guitarra. Todos terminan compartiendo con los chicos que bailan en las plazas de GAM. *Reproducciones totales: 30.316*

Capítulo 3: "El nuevo amigo"

En el capítulo tres, Violeta invitará a Gabriela a su museo, pero ambas no estarán solas. El pez de mimbre del GAM será un acompañante nuevo que las seguirá en las aventuras conociendo el legado de la cantautora y sus obras. *Reproducciones totales: 18.506*

Capítulo 4: "Debate presidencial"

En el último capítulo, Gabriela y Violeta son entrevistadas "como dos nuevas candidatas presidenciales" por la periodista Mónica Rincón emulando a CNN Prime. En plena época electoral, comentan y debaten sobre temas como la protección de la infancia, la desigualdad, la violencia de género, la discriminación y corrupción. Sus respuestas son citas textuales que las artistas dijeron en vida. *Reproducciones totales: 56.722 (cifra más alta de la campaña)*

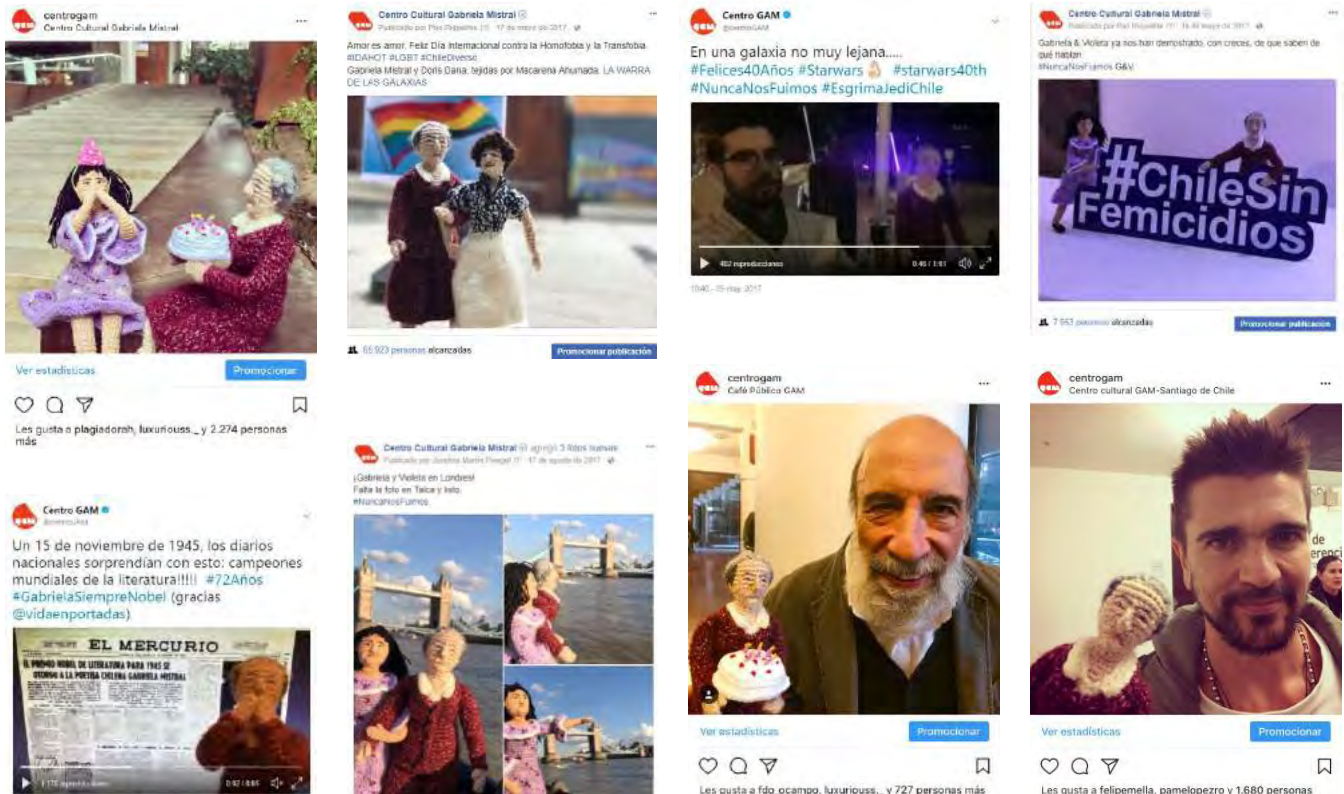


REDES SOCIALES

Desde marzo a diciembre, la campaña vivió en redes sociales de GAM con distintos contenidos y soportes especialmente pensados para su viralización e interacción. Las figuras de lana de Gabriela & Violeta se pasearon por distintos temas y mostraron sus opiniones en fechas relevantes. También conocieron a la comunidad, acercando sus figuras a un plano más suelto y coloquial.

En Facebook las publicaciones sumaron más de 18 mil reacciones, con un millón 400 mil personas alcanzadas. En Instagram las interacciones llegaron a las 16 mil, mientras que en Twitter obtuvieron 5 mil.

Selección publicaciones en redes sociales campaña Gabriela & Violeta



LANDING PAGE

La página de aterrizaje de la campaña debía contener la información general y toda la investigación que se hizo de cada autora a fin de establecer semejanzas y diferencias, que fueron la base en la realización de los capítulos de la web serie. Esta página agrupó piezas gráficas, animaciones, videos, entrevistas, frases célebres y las publicaciones de prensa. Desde su puesta en marcha en mayo, hasta diciembre, obtuvo 3.183 páginas vistas.



112

PRENSA

La gestión de prensa de la campaña estuvo fuertemente marcada por los variados acontecimientos que adornaron la campaña: web serie, muñecas tamaño grande, centenario de Violeta Parra, lanzamiento cuarto capítulo en evento abierto a público, entre otras cosas. En total sumaron 23 notas publicadas en diarios, sitios web, radios y TV.



INSTALACIÓN EN PLAZA CENTRAL

Para extender la campaña de la webserie, se realizó una provocativa apuesta: dos muñecas a tamaño real de Violeta Parra y Gabriela Mistral, auspiciadas por El Mercurio. Tejidas a crochet y palillo por la artista Macarena Ahumada, las figuras se convirtieron en las nuevas anfitrionas del centro cultural. Sentadas en su plaza central, interactuaron con los visitantes desde octubre a diciembre 2017, siendo protagonistas de cientos de fotos y selfies.

Esta instalación se acompañó de una edición del Artes y Letras de El Mercurio, impreso en tela, donde se revela una candente entrevista y respuestas reales declaradas por ellas en canciones, décimas, libros y textos. A la fecha hay más de 1.600 fotos subidas en Instagram con el hashtag #NuncaNosFuimos, además de las fotos que espontáneamente el público realiza y que no necesariamente comparte en redes sociales.



113



SABADO 17 DE JUNIO DE 2017

EL MERCURIO

Violeta y Gabriela juntas, a crochet y en internet

POR FELIPE RAMOS

Para celebrar los 100 años del natalicio de Violeta Parra, el GAM la invitó a salir de su museo, cruzar la avenida Vicuña Mackenna y llegar a sus dependencias, en donde la mismísima Gabriela Mistral la estaba esperando para realizar un recorrido por diversos puntos del centro cultural y de otros hitos de la ciudad.

Esa es la primicia de la *web-serie* que está desarrollando el GAM para homenajear a una de las artistas más multifacéticas

que ha tenido nuestro país, y donde tanto Violeta como Gabriela recobran vida a través de dos muñecas tejidas a crochet por la diseñadora escénica Macarena Ahumada. De esta forma, se arma un peculiar encuentro entre dos mujeres que no se llegaron a conocer, pero que dejaron un legado cultural que sigue vigente hoy en día.

En la serie, disponible a través del sitio www.gam.cl/gabrielavioleta, se puede ver a ambas protagonistas en un viaje por las artes, sus historias y aventuras, en donde se cruzan con diversos personajes y visualizan sus similitudes, pues las dos nacieron y crecieron en regiones, eran hijas de profesores, fueron reconocidas en el extranjero, y vivieron amores y desamores que las inspiraron.

Bajo el lema #NuncaNosFuimos, en el sitio del GAM se puede ver tres capítulos que ya están disponibles, y se anunciarán más por venir, pues se pondrá a disposición de los cibernautas uno nuevo cada mes, los que son grabados usando solo teléfonos celulares.



finde | LA TERCERA | viernes 17 de noviembre de 2017

Findegram

COMPARTE TU FOTO DE INSTAGRAM Y MENCIONA A @LT_FINDE O USA #FINDEGRAM CUANDO LA SUBAS

Tres grandes en el GAM

#NuncaNosFuimos es el nombre de la web serie que creó el GAM para celebrar el centenario de Violeta Parra y en la que se ve tanto a la folclorista como a Gabriela Mistral, tejidas en lana en tamaño real, recorriendo el centro cultural para conocer el Chile de hoy. En la foto se ve a Tito Nogueira junto a estas grandes artistas después de una de sus funciones de *El Epicentro*, que este viernes 17 y sábado 18 tiene sus últimas funciones en el GAM.



Foto de @yerkofariasasalgado

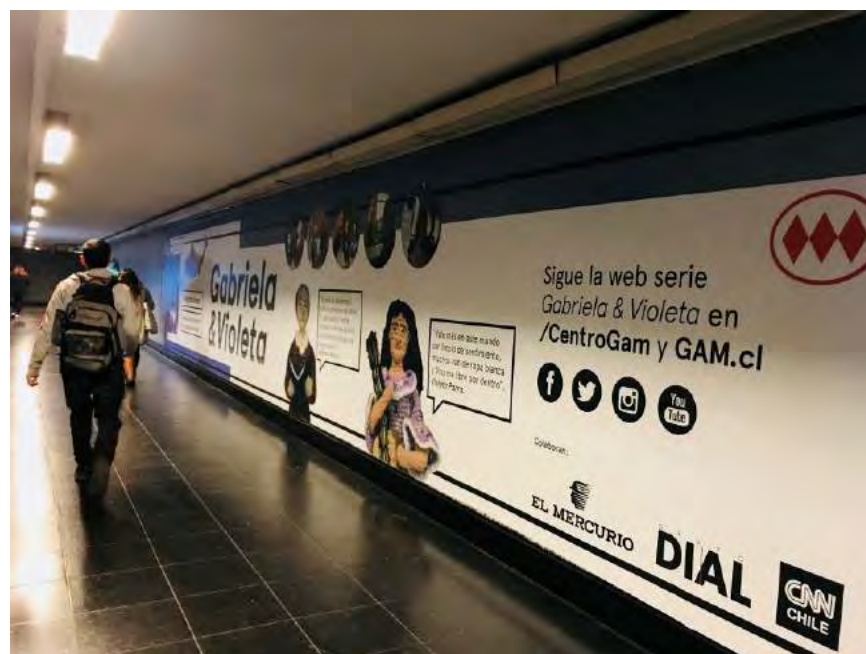


114



INSTALACIÓN EN METRO DE SANTIAGO

Gracias a la alianza con Metro de Santiago, fue posible instalar en uno de los muros de la estación Universidad Católica, un adhesivo de la campaña con fotos y frases de las artistas. Además, los videos y spot fueron incorporados a los televisores ubicados en los andenes.



SPOT CNN CHILE

Un compilado de los distintos capítulos fue parte del spot que emitió CNN Chile como media partner de GAM, considerando una pauta de 135 pasadas en 27 días.



116

PIEZAS GRÁFICAS

Adhesivo

Homensele gam.cl

Gabriela & Violeta

#NuncaNosFuimos

Gabriela recibe a Violeta en GAM para celebrarla en su centenario

Sigue la web serie Gabriela & Violeta en /CentroGam y gam.cl

f t y

gam

GAM Centro de las artes, la cultura y las personas

Logos: Metro, Universidad de Chile, etc.

Aviso El Mercurio

Homenaje gam.cl

Gabriela & Violeta

#NuncaNosFuimos

Gabriela recibe a Violeta en GAM para celebrarla en su centenario

Sigue la web serie *Gabriela & Violeta* en /CentroGam y gam.cl

[f](#) [t](#) [i](#) [v](#)

Mujecas © Santocrochet.cl

GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

Colaboren:  **METRO DE SANTIAGO**

Patrocinas:  

Media Partners:   **DIAL**  **RIOLAB**  **GlobalNews**
Integrating Media Content & Analytics



gam.cl

Gabriela & Violeta

#NuncaNosFuimos

Sigue la web serie en GAM.cl

Colaboran:

MUJERES @ SANTIAGOCHILE.CL

Pendón fachada Alameda y plaza central GAM

gam.cl

Gabriela & Violeta

— HABLAN AL CHILE ACTUAL —
(CITAS TEXTUALES)

AGRESIVIDAD EN REDES SOCIALES
"Yo no sé por qué mi Dio le regala con largueza sombrero con tanta cinta y a quien no tiene cabeza".
Violeta

DESIGUALDAD
"Quema" está la sopaipilla Pal" pobre ya no hay razones
Hay costras en los corazones
Y horchata en las venas ricas
Y claro esto a mí me pica Igual que a los sabañones".
Violeta

NIÑOS #YANOESTÁNSOLOS
"Nuestro delito se llama abandono de la infancia. Descuido de la fuente (...) El niño está haciendo ahora mismo sus huesos, criando su sangre y ensayando sus sentidos. Al niño no se le puede responder: Mañana".
Gabriela

#NIUNAMENOS
"Es preciso que la mujer deje de ser la mendiga de protección y pueda vivir sin que tenga que sacrificar su felicidad con uno de los repugnantes matrimonios modernos".
Gabriela

#NuncaNosFuimos

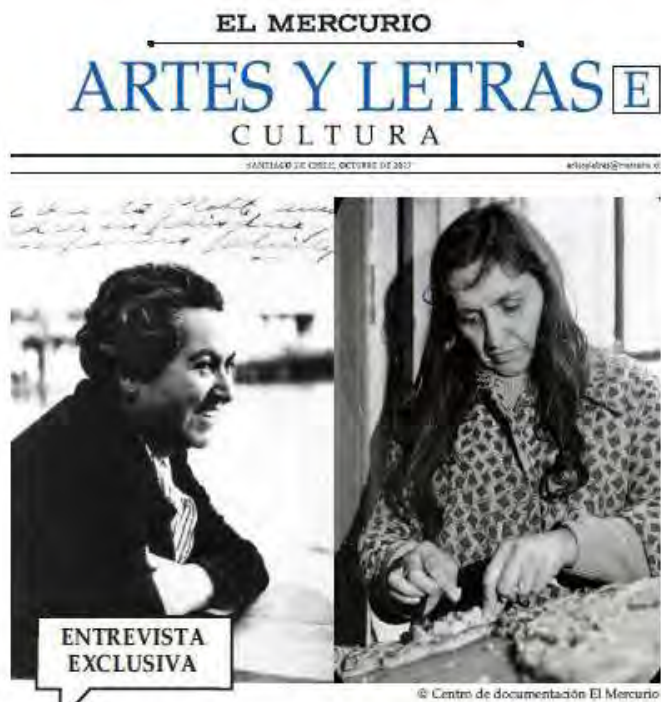
Gabriela recibe a Violeta en GAM para celebrarla en su centenario

Sigue la web serie en /CentroGam y gam.cl

EL MERCURIO

MUJERES @ SANTIAGOCHILE.CL

Edición de Artes y Letras confeccionado en arpillera, con entrevista a Gabriela y Violeta



Gabriela & Violeta

– DISPARAN AL CHILE ACTUAL –

Con el lenguaje punzante e irónico que las caracteriza, desde la plaza central de GAM, donde se juntan con sus seguidores, Mistral y Parra nos hablaron de los temas de hoy: los niños, la corrupción, la mujer y la educación.



Gabriela, ¿qué opina de la animadversión presente en el debate público de este año? El odio es monótono; todo lo contrario del amor. El odio repite y repite siempre el mismo dicitario, hasta hacerte fatigante e inaguantable.

Y usted, Violeta, ¿qué piensa de la agresividad que hemos visto en redes sociales?

Yo no sé por qué mi Dio le regala con largueza sombrero con tanta cinta y a quien no tiene cabeza.

¿Qué piensa de los casos de corrupción, Violeta? Vale más en este mundo ser limpio de sentimiento, muchos van de ropa blanca y Dios me libre por dentro.

COMUNICACIONES INTERNAS

Durante 2017, la gestión en comunicaciones internas se hace más relevante debido a la proximidad de la Segunda Etapa, lo que implica un aumento de información para comunicar, nuevas incorporaciones en los equipos y consolidación de las estrategias planteadas desde 2015.

Uno de los productos consolidados que vino a cumplir dicho objetivo fue el boletín digital "Ojo de Pez", que durante todo el año entregó noticias internas breves mediante un lenguaje sencillo y cercano. Este boletín digital mensual contribuyó a disminuir los vacíos de información generados por la imposibilidad de unir a equipos grandes que trabajan en horarios y espacios diversos. Durante 2018, su difusión se intensificará debido a que será parte de la Intranet Corporativa.

Uno de los principales objetivos que tiene la comunicación interna es motivar al capital humano, potenciando su sentido de pertenencia, hecho que este año rindió frutos gracias a las campañas anuales, mensuales y estacionales, donde por primera vez se hicieron cruces entre la comunidad virtual y la organización con la entrega de reconocimientos tangibles y premios de camaradería.

Ejercer las comunicaciones internas de modo horizontal, sin jerarquías y presencia de autoridad, hizo que los contenidos se hicieran cada vez más sueltos y dinámicos, hecho que quedó de manifiesto en la campaña anual de cumpleaños, que implicaron fotomontajes que apelaron al sentido del humor de los colaboradores, obteniendo una favorable acogida.

El canal digital de comunicación en Facebook, Gamitos, mantuvo su actividad y acrecentó el número de miembros quedando en 76 personas (+12) de 97 trabajadores, lo que representa un 78% de presencia. De esos 76 miembros, el promedio mensual de personas activas llega a los 36, lo que significa un 41% de participación. También al mes se realizan en promedio 48 publicaciones, con más de 1.500 interacciones, es decir, la suma de me gusta, comentarios y reacciones (ver gráfico N°13).

Boletín de noticias internas "Ojo de Pez"



OJO DE PEZ

N°6 Sep 2017

Intranet para GAM
Estamos terminando la primera etapa para implementar una Intranet. El proyecto facilitará procesos de gestión de personas y comunicaciones internas. Podremos acceder a información relevante como certificados de antigüedad, liquidaciones de sueldo, fotos, videos, entre otros.

CIRCULACIÓN **GAM sale al mundo**
No hemos parado con la circulación internacional. Durante estos últimos meses hemos estado en Córdoba participando del Mercado de las Artes Escénicas y la Música de Argentina GIRART 2017, en Buenos Aires en el Encuentro Iberoamericano sobre Desarrollo de Audiencias, en el Festival Fringe de Edimburgo y en Tárrega (España) participando del mercado internacional de las artes escénicas FiraTárrega.

CIRCULACIÓN **Incluye vuelve de regiones con documental**
Más de 150 personas asistieron a la proyección del documental *Hapto, ver y sentir*, material que da cuenta del trabajo cultural realizado por personas en situación de discapacidad que luchan por promover sus derechos. En la oportunidad, también se realizó un conversatorio sobre Trabajo, Discapacidad y Derechos.

120

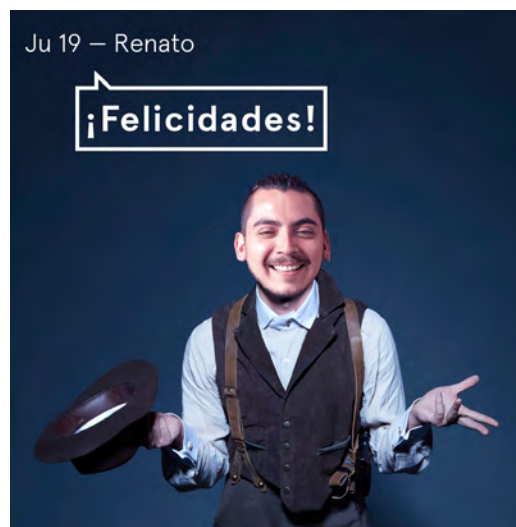
Gráfico 13. Estadísticas de actividad mensual de grupo Gamitos. Fuente: Facebook



CAMPAÑA MENSUAL

Durante 2017, la campaña mensual de los cumpleaños tuvo un énfasis más jovial para dar pie a fotomontajes que pusieron a cada colaborador en un rol especial. Ligado a temáticas artísticas como el teatro, la danza, la música, la pintura, el cine, cada mes se caracterizó a los colaboradores con un personaje conocido, relevándolos a una categoría de artistas en escena. Se les saludó con un mensaje relacionado con el personaje y con las características positivas del festejado.

Esta campaña dio para todo tipo de reacciones, la mayoría positivas, que implicó expectativas desde quienes esperaban su fotografía, hecho que llevó a que al final del año se realizará un concurso virtual donde los miembros de Gamitos eligieron al mejor de todos.



CAMPAÑA ANUAL

Para el séptimo aniversario del centro cultural, se gestionó la producción de fotografías de los trabajadores frente a la construcción de la Gran Sala. La idea fue registrar al equipo actual que está trabajando para la segunda etapa y a quienes ejecutan la obra, por lo que se eligió la vereda sur de la Alameda, cerca del edificio de la Mutual de Seguridad. Cada colaborador recibió en su correo la misma fotografía.

Además, por la misma ocasión, se potenció la campaña digital de GAM, con la figura de lana de Gabriela Mistral la cual se paseó por los puestos de cada colaborador para celebrar estos siete años de vida. Las fotos fueron publicadas y comentadas en Gamitos.

Séptimo aniversario de GAM en "Gamitos"



122

Fotografía anual equipo GAM 2017



CAMPAÑAS ESTACIONALES

En 2017 se desarrollaron saludos por "Días de" que en algunos casos se unieron a regalos para los trabajadores por parte de Gestión de Personas (ver Imagen N°5). Sobresale la campaña para celebrar el "Día del Amor en GAM" que se realizó con la colaboración de un grupo de trabajadores: con un regalo muy sencillo se dedicaron canciones de amor de todos los tiempos en forma aleatoria, así cada colaborador recibía un mensaje especial y cariñoso. Las reacciones y participación fueron muy destacadas (ver Imagen N°6).



123



DESTACADO: "GAMITOS AWARDS"

Por primera vez desde la creación de Gamitos, se realizaron reconocimientos de votación popular cuyo objetivo fue potenciar la participación de los miembros y a la vez, otorgar un tono fresco y dinámico a la conversación diaria. Votaron 22 personas (de un universo de 76, lo que da un 30% de participación) para elegir al "Mr. Piernas 2017", categoría sugerida por los mismos trabajadores.

Los "Gamitos Awards" abren posibilidades infinitas de participación para involucrar a los colaboradores, crear lazos de pertenencia y potenciar las cualidades de las personas.

Campaña "Gamitos Awards"



MARKETING: PIEZAS DE DIFUSIÓN DIGITAL

MAILING CARTELERA SEMANAL

Boletín informativo con las actividades de GAM

Destinatarios: 28.837 contactos promedio

Tasa apertura: 22.4%

Tasa de clicks: 6.9%

Cantidad anual: 44

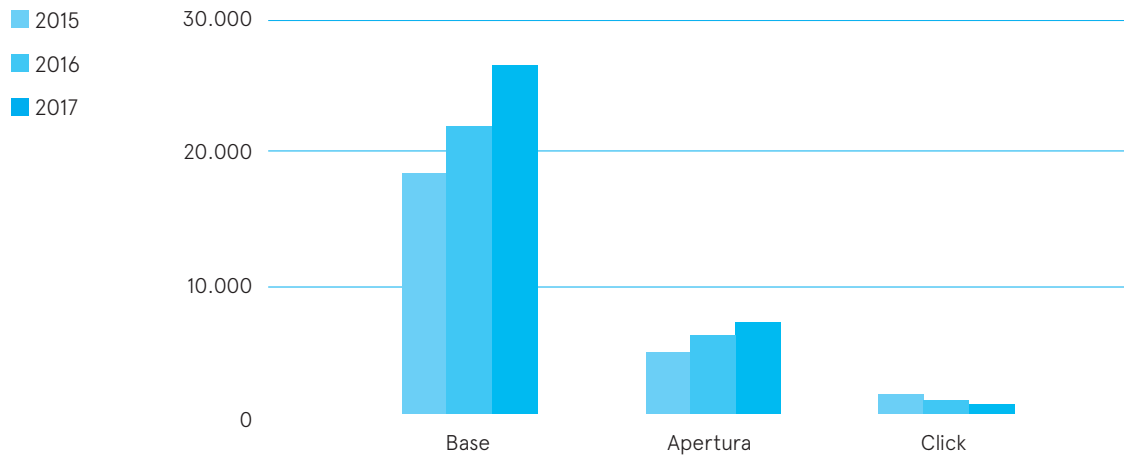
Durante 2017 la base de datos de GAM creció de 23.000 a 36.000 contactos. A diferencia de otros años el crecimiento fue irregular porque no contamos con la base de clientes de la ticketera. Además es importante considerar que de estos contactos un porcentaje del 70% (25.000 contactos aprox.) en promedio estaba inscrito para recibir a cartelera semanal.

Tal como en años anteriores se hizo seguimiento de los envíos de cartelera semanal, siendo los KPI (key performance indicators o indicadores clave de rendimiento) la tasa de apertura y la tasa de clics en relación a los correos abiertos (CTOR, clic to open ratio).

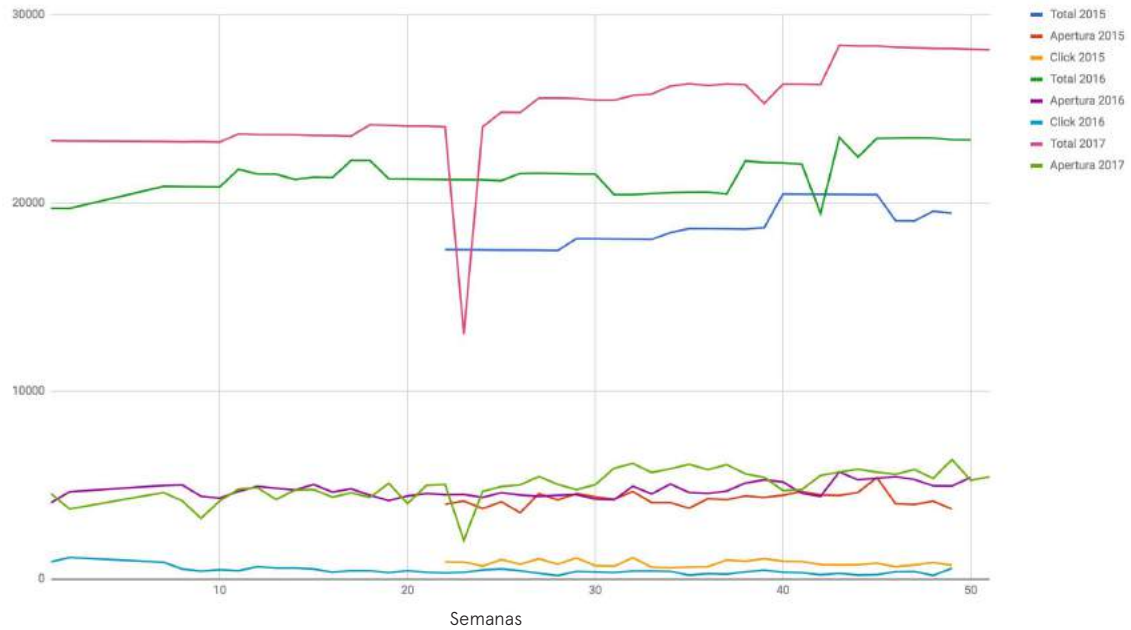
Parece importante mencionar que si bien las aperturas han sido proporcionales al crecimiento de la base, los clics han ido en bajada.

	2015	2016	2017
Base	18.724	21.493	25.128
Aperturas	4.248	4.719	5.008
Clics	824	429	249

126



Seguimiento envío de cartelera semanal julio 2015 – diciembre 2017



Revisando el seguimiento de envíos por semana vemos que hay comportamientos similares todos los años. Además podemos evidenciar una baja de envíos a mitad de año (semana 23 aprox.), en que el envío se hizo sólo a la mitad de la base por un error humano.

Las alzas de apertura se detectan para vacaciones de invierno y el período previo a navidad.

BOLETÍN MEMBRESÍA ADULTO MAYOR

Envíos masivos con los descuentos de la membresía adulto mayor de GAM.

Destinatarios: 900 adultos mayores. (Unidad de Mediación)

Cantidad anual: 11, uno mensual excepto en diciembre.



Membresía Adulto mayor

Boletín Jul 2017



Taller de expresión oral

Dictado por Humberto Duvauchelle, para adultos mayores.

18 y 19 Jul
Ma y Mi - 16.30 h
Edificio B, piso -1, Sala C2

gratis

[Para inscribirte haz click aquí.](#)



70 años de trayectoria

Humberto Duvauchelle conversa sobre su vida dedicada a la actuación, docencia y difusión de la poesía.

20 Jul
Ju - 19.30 h
Edificio B, piso -1, Sala C2

gratis

[Para inscribirte haz click aquí.](#)



Teatro Esto (no) es un testamento

Teatro documental sobre la emblemática compañía Ictus. Un estreno que cruza la trayectoria del grupo, las biografías de sus integrantes y la historia del país. Dirigen Ítalo Gallardo y Pilar Ronderos.

30 Jun al 29 Jul, Ju a Sá - 21 h
Edificio B, piso 2, Sala N1

2 x \$5.000



Música Instituto de música UC

Seis conciertos de cámara gratuitos trae el Instituto de Música UC durante julio y agosto.

4 Jul al 29 Ago (excepto 18 y 25 Jul y 15 Ago)
Ma - 19.30 h. Edificio A, piso 1, Sala A1

Gratis, previo retiro de entradas desde media hora antes del concierto.

¡Gratis!

128

Actividades gam.cl

Día del niño: Hulalandia

Una tarde con espectáculos de hula-hula, acrobacia, danza, teatro y música. Además, pintacaritas, concursos, tienda y carros de comida.

12 Ago
Sá - 15 a 18 h
Plaza Oriente

GRATIS FAMILIAR

gam



WEB FLYERS

Piezas digitales de difusión para actividades programáticas de GAM.

Destinatarios: redes sociales GAM. (Facebook y Twitter)

Cantidad anual: 56

Cine gam.cl

Día de la astronomía

EXPANSIÓN ACELERADA

—Documental—

Película del astrónomo y cineasta Ricardo Soto que aborda el papel del proyecto Calán-Tololo en el descubrimiento de la expansión acelerada del universo. La proyección es seguida por un conversatorio con los astrónomos Sonia Duffau y Marió Hamuy.

gam **GRATIS** **14 Mar**

14 Mar
Mañ - 19:00 h
Edificio A, piso 1. Sala A1

Gratis, por orden de llegada. Cupos limitados

explora
Un Programa CONICYT

Exposición gam.cl

El arte de la tinta... del zen al haiku

Meditar para crear intuitivamente. Eso hace el artista Roberto Hayashi, quien presenta más de 10 pinturas con tinta. Las obras nacen tras 15 años de formación y práctica zen, y de sus diálogos con Carlos Soto, autor de los haikus representados.

GRATIS

9 -> 31 Ago

gam

9 al 31 Ago
Ma a Vi - 9 a 19 h
Sá - 11 a 19 h

Edificio A, piso 3.
BiblioGAM

INSTITUTO CULTURAL CHILENO JAPONÉS

MARKETING: PIEZAS DE DIFUSIÓN IMPRESAS

REVISTA DE PROGRAMACIÓN

El programa, que es el medio preferido del público para informarse de las actividades de GAM en 2017, según la encuesta de caracterización de públicos, es entregado en puntos estratégicos como instituciones, museos, universidades, centros culturales, municipalidades, bibliotecas, Transantiago, Bibliometro, entre otros.

25.000 ejemplares aproximadamente son repartidos en el edificio, y 25.000 son distribuidos en distintas comunas de la RM: Santiago Centro, Providencia, Las Condes, Vitacura, Ñuñoa, Recoleta, Estación Central, La Florida y Maipú.

Cantidad anual: 5 programas bimensuales.

Tiraje: 50.000 al mes, 250.000 ejemplares anuales.

130



PENDONES

Gigantografías de PVC con ojettillos instalados en el edificio.

Formato: 235 x 600 cm. Vertical.

Cantidad anual: 39



ADHESIVOS

Impresiones instaladas al interior y exterior del edificio.

Formatos: 160 x 228 cm., 134 x 190 cm. y 84 x 120 cm.

Cantidad anual: 77

132

Festival gam.cl

¡Lo mejor de GAM! 25 → 5 Ene Feb

Teatro, Xuárez
El teatro de Xuárez es un espacio de encuentro y diálogo que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Teatro, Un minuto feliz
Un minuto feliz es una obra que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Danza, Migrante
Migrante es una obra que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Teatro, Trilogía lambe-lambe ruka intervención
Trilogía lambe-lambe ruka intervención es una obra que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Teatro, Nuke
Nuke es una obra que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Teatro, Numancia
Numancia es una obra que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Danza, Luciérnagas, danza para niños
Luciérnagas, danza para niños es una obra que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Teatro, Ricardo III
Ricardo III es una obra que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Teatro, Tum
Tum es una obra que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

GAM
GAM es una organización que busca generar un espacio de reflexión y debate a través de la performance.

Teatro Coproducción GAM gam.cl

La historia de una pareja que sobrevive a los conflictos y el paso del tiempo es retratada a través de sus celebraciones de Año Nuevo. Una comedia negra sobre amor y vejez, de la compañía Viajeinmóvil.

11 Mar → 8 Abr

Rodrigo Gijón
Jaime Lorca
Paulina García
Creación y dirección colectiva

AÑO NUEVO
— CON PAULINA GARCÍA Y JAIME LORCA —

ESTRENO

CORPIO GUSTAVO 2017

11 Mar al 8 Abr
Mi a Sa — 20:30 h

Edificio A, piso 1, Sala A2

\$ 8.000 Gral., \$ 4.000 Est. y Sed.
\$ 6.000 Proventa Gral., \$ 3.000 Proventa Est. y Sed.

Para mayores de 12 años
Promociones en gam.cl

AFICHES

Afiches impresos instalados en el panel de boletería e informaciones.

Formato: A3 y 59,5 x 84 cm.

Cantidad anual: 53

Danza gam.cl

Ricardo Curaqueo
Dirección

MALEN

13 Oct → 5 Nov

Catorce mujeres mapuche de distintas edades y ocupaciones interpretan esta creación de danza contemporánea. Una obra que explora el significado de ser mapuche, pensarse, sentirse y moverse como tal.

CONVO CATONIA 2017 ESTRENO

13 Oct al 5 Nov
Ju a Do - 20 h

Edificio B, piso 2, Sala B1

Jueves de danza

\$ 5.000 Gral.
\$ 3.000 Est. y Sed.

\$ 3.000

Para mayores de 12 años

Teatro gam.cl

Lucía de la Maza
Dirección

4 → 26
Ago

TEBAS LAND

Un parricida es entrevistado por un dramaturgo que usa esas conversaciones para crear una obra. Paternidad, violencia, creación y representación se cruzan en este texto contemporáneo del premiado autor uruguayo Sergio Blanco.

ESTRENO **CONVO CATONIA 2017**

4 al 26 Ago
Mi a Sa - 20:30 h

Edificio B, piso 2, Sala N1

\$ 6.000 Gral.
\$ 3.000 Est. y Sed.

Para mayores de 16 años

Lanzamiento libro
Tebas Land
19 Ago. 16 - 16 h

Edificio B, piso -1, Sala C1
Gratis

PROGRAMAS DE MANO

Impresos con información relevante sobre exposiciones, obras de teatro y danza.

Formato: A5 cerrado, impreso 4/4 colores, plisado.

Ejemplares: 1.000 por obra.

Cantidad anual: 2 programas.



FICHA ARTÍSTICA

Dramaturgia: Luis Barnales
 Dramaturgismo: Elio y Trinidad González
 Dirección: Trinidad González
 Asistencia de dirección: Katherine Veltzcuaz
 Investigación: Ignacio Ramos
 Escenografía: Paula Zúñiga, Nicolás Zárate, Nicolás Pavez, Piero Marchesani, Tamara Ferreira y Tomás González
 Composición musical: Marcello Martínez
 Intérpretes música grabada: Simón Pottelice (guitarra), cuatro, charango y percusión) y Nigel (Arredondo (violóncello))
 Diseño integral (escenografía, vestuario e iluminación): Nicole Needham
 Máscaras: Loreta Jarama
 Agradecimientos: Violeta Parra

TEMPORADA DE ESTRENO

18 Ago al 25 Sep 2017
 Mi a Sá - 20,30 h
 Edificio A, piso 1, Sala A2

PRODUCCIÓN GAM

GAM
 Centro de las artes,
 de la cultura
 y las personas

Violeta en fuga

Algo entendimos de lo que Violeta Parra le hizo a Chile, pero muy poco sabemos sobre cómo ella le hizo a ella. *En fuga* no hay despedida es un viaje emocional por su vida compleja, una suerte de homenaje no convencional que revisa su historia a través de distintos cuadros de su vida. Una producción GAM de cruce generacional y creativo, escrito por Luis Barnales, con dramaturgía de Elio y Trinidad González.

La obra de estos tiempos vive en la vida de la cotidianidad, eso de sus dolores y pasiones que la llevaron a ser una mujer que, con sus días plenos y brillante peripetia, salió a rescatar el país olvidado de un país desechado. Revolucionaria en su andar, se genera a partir del dolor y su sentido, fervorosa guerra contra un Chile desinteresado e ignorante. Cuando hablamos de fuga, nos referimos al proceso musical que, impertinente ante cualquier contigüencia entre voces y líneas instrumentales. Así también, a la fuga para escapar o abandonar los límites tradicionales para dirigirse hacia la libertad.

La necesidad básica en *En fuga* tiene que ver con la ficción, donde se cruzan la comedia, el drama y el tragedia. Un recorrido por Violeta con sus creaciones en vivo, momentos serenos y momentos trágicos que miran su creación, su arte y su cambio por un ligero cambio. La obra nos presenta un momento entre la dulzura y la rabia de una chilena de pasado lejano y sentir presente, que quedará marcada para siempre en nuestra memoria.

Equipo artístico

La artista y su obra

Al analizar el deseo de abordar el universo musical de Violeta Parra, espoleada por una perspectiva histórica, creemos necesario mirar de su vida, ni su biografía de los procesos sociales que la determinaron. No podemos pensar al artista como algo completamente ajeno a la vida por fuera de la artista. Al contrario, una perspectiva como esta interpela la obra y nos ayuda a comprender, por ejemplo, los caminos y decisiones que Violeta Parra tomó para desarrollar ciertas elecciones, más allá de las convenciones sociales y estéticas de su tiempo. Nuestra reflexión es a cuestionar la buena relación de comportamiento y trabajo artístico, cuando vemos que ciertos problemas son maltratados. Conflictos que afectan, colectiva e individualmente, su arte, y que de algún modo u otro se han concretado en su trabajo. En ese proceso nos inspiramos en la convicción con que Violeta Parra enfrentó sus decisiones musicales. "Esta rebeldía es con esta vida y este ritmo, no con otros". Esta suerte de ética artística es la que tratamos de integrar en ciertos propios proyectos, que no son más que el aprendizaje de una noble tarea.

Ignacio Ramos y Marcello Martínez

ESTRENO | **VIOLETA PARRA** | **PRODUCCIÓN GAM**

PROGRAMAS CORPORATIVOS

Formato: A5 cerrado, impreso 4/4 colores, plisado.

Ejemplares: 5.000

Cantidad anual: 2 programas.



MARKETING: PUBLICIDAD POR CANJE Y ALIANZAS

MEDIA PARTNERS

El Mercurio
CNN Chile
Grupo Dial
Riolab
Globalnews



CNN CHILE

Spot anuales: 700
Días en cartelera: 30 días por campaña



FRASES RADIO GRUPO DIAL

Enero a Octubre: Zero, Paula, Duna, Disney y Beethoven
Noviembre y Diciembre: Zero, Duna, Disney y Beethoven
4.610 frases de radio anuales

136



RIOLAB

Producción y edición de spots para televisión abierta, videos corporativos, carteleras mensuales en pantallas al interior del edificio, pantalla multitouch y campañas especiales de programación



GLOBALNEWS

Empresa de monitoreo y análisis de medios. Brinda el servicio de clipping que incluye el monitoreo de medios de comunicación periodísticos.

AVISOS PUBLICADOS EN EL MERCURIO

Diario El Mercurio: 46 avisos anuales

Avisos corporativos: 6

Avisos actividades gratuitas y masivas: 4

Avisos de programación artística: 36



GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

gam.cl

LOCUTORIO Teatro PRODUCCIÓN GAM

Amor, soledad, vejez y locura. Alejandro Sieveking y Millaray Lobos protagonizan la obra de Jorge Díaz. Un estreno que conmemora 10 años de la muerte del dramaturgo. Dirige Cristián Plana.

Hasta -30% Desc.

13 Mayo al 17 Jun
Mi a Sá – 21 h

EL MERCURIO CNN CHILE DIAL RIOLAB GlobalNews

GAM Alameda 227. Metro UC. Estacionamientos.
Compra de entradas: Boleterías GAM y gam.cl. Infórmate sobre nuestros descuentos.



GAM
Centro de las artes,
la cultura
y las personas

gam.cl

AÑO NUEVO Teatro COPRODUCCIÓN GAM

Paulina García y Jaime Lorca protagonizan y crean, junto a Rodrigo Gijón, una comedia negra de la compañía ViajeInmóvil. Una larga historia de amor que sobrevive a los obstáculos y el paso del tiempo.

Hasta -30% Desc.

11 Mar al 8 Abr
Mi a Sá – 20.30

EL MERCURIO CNN CHILE DIAL RIOLAB GlobalNews

GAM Alameda 227. Metro UC. Estacionamientos.
Compra de entradas: Boleterías GAM y gam.cl. Infórmate sobre nuestros descuentos.



GAM

INTERNACIONAL INTERNACIONAL INTERNACIONAL

gam.cl

AUSTRALIA CONTEMPORÁNEA

3 → 18 Nov

OEDIPUS SCHMOEDIPUS Teatro

9 al 11 Nov
Ju a Sá – 20.30 h

PIECE FOR PERSON AND GHETTO BLASTER Danza

15 al 18 Nov
Mi a Sá – 20.30 h

Hasta -30% Desc.

Embajada de Australia Teatro UC ISMAEL ANTEL b VINA AROMO

EL MERCURIO CNN CHILE DIAL RIOLAB GlobalNews

GAM Alameda 227. Metro UC. Estacionamientos.
Compra de entradas: Boleterías GAM y gam.cl. Infórmate sobre nuestros descuentos.

ANEXO IV

ESTADOS FINANCIEROS 2017

Estados Financieros

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Santiago, Chile
31 de diciembre de 2017 y 2016

Informe del Auditor Independiente

Señores
Junta Directiva
Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral

Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros adjuntos de Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral, que comprenden los estados de situación financiera al 31 de diciembre de 2017 y 2016 y los correspondientes estados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas y las correspondientes notas a los estados financieros.

Responsabilidad de la Administración por los estados financieros

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de acuerdo con la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantenimiento de un control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de estados financieros que estén exentos de representaciones incorrectas significativas, ya sea debido a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros a base de nuestras auditorías. Efectuamos nuestras auditorías de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile. Tales normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo con el objeto de lograr un razonable grado de seguridad que los estados financieros están exentos de representaciones incorrectas significativas.

Una auditoría comprende efectuar procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los montos y revelaciones en los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de representaciones incorrectas significativas de los estados financieros, ya sea debido a fraude o error. Al efectuar estas evaluaciones de los riesgos, el auditor considera el control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de los estados financieros de la Entidad con el objeto de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero sin el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. En consecuencia no expresamos tal tipo de opinión. Una auditoría incluye, también, evaluar lo apropiadas que son las políticas de contabilidad utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables significativas efectuadas por la Administración, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionarnos una base para nuestra opinión.

Opinión

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral al 31 de diciembre de 2017 y 2016, los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas, de acuerdo con la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades.



Andrés Labra A.

Santiago, 13 de junio de 2018

EY Audit SpA.

Estados Financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

31 de diciembre de 2017 y 2016

Indice

Estados Financieros

Estados de Situación Financiera	1
Estados de Resultados Integrales.....	3
Estados de Flujos de Efectivo (Método Indirecto).....	4
Notas a los Estados Financieros	5
Nota 1 - Entidad que Reporta.....	5
Nota 2 - Bases de Preparación	5
a) Declaración de cumplimiento	5
b) Bases de medición.....	6
c) Moneda funcional y de presentación.....	6
d) Uso de estimaciones y juicios	6
Nota 3 - Políticas Contables Significativas	7
a) Período contable.....	7
b) Moneda extranjera	7
c) Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes	7
d) Efectivo y equivalentes al efectivo.....	8
e) Instrumentos financieros	8
f) Propiedades, plantas y equipos	8
g) Intangibles	9
h) Deterioro	9
i) Provisiones	10
j) Beneficios a los empleados.....	11
k) Ingresos ordinarios	11
l) Arrendamientos.....	11
m) Patrimonio.....	12
n) Estado de flujos de efectivo	12
o) Impuesto a las ganancias	13
p) Impuestos diferidos.....	13
q) Actualización de IFRS para Pymes con aplicación efectiva para períodos anuales iniciados en o después del 1 de enero de 2017	14

Estados Financieros

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

31 de diciembre de 2017 y 2016

Indice

Nota 4 - Efectivo y Equivalentes al Efectivo	15
Nota 5 - Otros Activos no Financieros Corrientes.....	15
Nota 6 - Deudores Comerciales y otras Cuentas por Cobrar Corrientes	16
Nota 7 - Activos Intangibles distintos de Plusvalía.....	16
Nota 8 - Propiedad, Planta y Equipo	17
Nota 9 - Impuesto a la Renta e Impuestos Diferidos	18
Nota 10 - Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes.....	19
Nota 11 - Cuentas por Pagar Comerciales y otras Cuentas por Pagar	20
Nota 12 - Provisiones por Beneficios a los Empleados, Corriente	20
Nota 13 - Ingresos Anticipados	21
Nota 14 - Ingresos.....	22
Nota 15 - Contingencias y Compromisos	22
Nota 16 - Hechos Posteriores	23

CLP : Cifras expresadas en pesos chilenos
M\$: Cifras expresadas en miles de pesos chilenos
UF : Cifras expresadas en unidades de fomento

Estados Financieros

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

31 de diciembre de 2017 y 2016

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estados de Situación Financiera

31 de diciembre de

ACTIVOS	Nota	2017 M\$	2016 M\$
Activo Corriente			
Efectivo y equivalente al efectivo	(4)	1.001.284	32.677
Otros activos no financieros, corrientes	(5)	10.901	5.525
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	(6)	130.716	148.106
Total activo corriente		<u>1.142.901</u>	<u>186.308</u>
Activo no Corriente			
Activos intangibles distintos de plusvalía	(7)	71.000	104.253
Propiedades, plantas y equipos (neto)	(8)	44.224	64.554
Total activo no corriente		<u>115.224</u>	<u>168.807</u>
Total Activos		<u>1.258.125</u>	<u>355.115</u>

Las notas adjuntas números 1 al 16 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Estados de Situación Financiera

31 de diciembre de

PASIVOS Y PATRIMONIO NETO	Nota	2017 M\$	2016 M\$
Pasivos			
Pasivo Corriente			
Otros pasivos financieros, corrientes	(10)	49.573	48.148
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	(11)	178.778	201.814
Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes	(12)	89.369	82.312
Ingresos Anticipados	(13)	934.880	-
Total pasivo corriente		<u>1.252.600</u>	<u>332.274</u>
Pasivo no Corriente			
Otros pasivos financieros, no corrientes	(10)	70.564	130.765
Total pasivo no corriente		<u>70.564</u>	<u>130.765</u>
Total pasivos		<u>1.323.164</u>	<u>463.039</u>
Patrimonio Neto			
(Déficit) acumulado		(107.924)	(200.284)
Excedente (déficit) del ejercicio		42.885	92.360
Total patrimonio neto		<u>(65.039)</u>	<u>(107.924)</u>
Total Pasivos y Patrimonio Neto		<u>1.258.125</u>	<u>355.115</u>

Las notas adjuntas números 1 al 16 forman parte integral de estos estados financieros

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Estados de Resultados Integrales

Por los años terminados al 31 de diciembre de

	Nota	2017 M\$	2016 M\$
Ingresos de la Operación			
Ingresos por aportes del CNCA	(14)	2.261.828	2.154.441
Otros ingresos operacionales		1.161.698	1.051.886
Total Ingresos operacionales	(14)	<u>3.423.526</u>	<u>3.206.327</u>
Egresos			
Sueldos y beneficios		(1.676.167)	(1.386.869)
Gastos de programación y producción		(305.370)	(435.289)
Gastos de administración y finanzas		(305.474)	(273.494)
Gastos de marketing y difusión		(76.353)	(57.895)
Gastos de tecnología		(131.692)	(116.547)
Mantenimiento y reparaciones		(895.014)	(790.158)
Total egresos operacionales		<u>(3.390.070)</u>	<u>(3.060.252)</u>
Resultado antes del (costo) Ingreso de Financiamiento y Depreciación y Amortización			
		33.456	146.075
Gasto por depreciación y amortización		(58.578)	(63.932)
Resultado antes del costo de financiamiento		<u>(25.122)</u>	<u>82.143</u>
Otros Ingresos y Gastos no Operacionales			
Otros ingresos		43.199	19.400
Ingresos financieros		11.730	10.125
Gastos financieros		(21.820)	(30.148)
Diferencia de cambio		34.898	10.840
Total otros ingresos y gastos no operacionales		<u>68.007</u>	<u>10.217</u>
Excedente del Ejercicio			
		42.885	92.360
(Déficit) acumulado al inicio del año		(107.924)	(200.284)
Patrimonio al final del año		<u>(65.039)</u>	<u>(107.924)</u>

Las notas adjuntas números 1 al 16 forman parte integral de estos estados financieros

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Estados de Flujos de Efectivo (Método Indirecto)

Por los años terminados al 31 de diciembre de

	2017	2016
	M\$	M\$
Flujo de Efectivo de Actividades Operacionales		
Excedente del ejercicio	42.885	92.360
Ajustes por ingresos y gastos distintos a efectivo:		
Depreciación y amortización	58.579	63.932
Cambios en activos y pasivos operacionales:		
Cuentas por cobrar comerciales y otras	12.014	(28.863)
Cuentas por pagar comerciales y otras	918.901	85.948
Flujo de efectivo neto procedente de actividades de operación	<u>1.032.379</u>	<u>213.377</u>
Flujo de Efectivo de Actividades de Inversión		
Compras de activo fijo	(4.996)	(4.003)
Compras de activo intangible	-	-
Flujo de efectivo netos utilizados en actividades de inversión	<u>(4.996)</u>	<u>(4.003)</u>
Flujo de Efectivo de Actividades de Financiamiento		
Pago de otros pasivos financieros	(58.776)	(56.424)
(Pago) obtención de préstamo bancario	-	(300.558)
Flujo de efectivo netos utilizados en actividades de financiamiento	<u>(58.776)</u>	<u>(356.982)</u>
Incremento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalente al Efectivo	968.607	(147.608)
Efectivo y Equivalente de Efectivo al Principio del Período	<u>32.677</u>	<u>180.285</u>
Efectivo y Equivalentes al Efectivo al Final del Período	<u>1.001.284</u>	<u>32.677</u>

Las notas adjuntas números 1 al 16 forman parte integral de estos estados financieros

CORPORACION CENTRO CULTURAL GABRIELA MISTRAL

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 1 - Entidad que Reporta

La Corporación Centro Cultural Gabriela Mistral (“la Corporación”) se constituyó por escritura pública de fecha 29 de enero de 2009, otorgada ente el Notario Público de Santiago Oscar Ernesto Navarrete Villalobos, suplente del titular don Juan Ricardo San Martín Urrejola, rectificadas posteriormente por escritura pública de fecha 30 de abril de 2009, otorgada ante el Notario Público de Santiago Juan Ricardo San Martín Urrejola, en donde se acogieron los reparos formulados por el Consejo de Defensa del Estado. Asimismo, el Presidente de la República a través del Ministerio de Justicia concedió la personalidad jurídica a la Corporación mediante Decreto Exento N°2014, de fecha 28 de mayo de 2009, el que fue publicado en el Diario Oficial de fecha 4 de junio de 2009.

Conforme a sus estatutos, esta Corporación no tendrá fines de lucro, y tendrá los siguientes objetivos:

- a) Desarrollar acciones y manifestaciones culturales, artísticas, científicas, tecnológicas y sociales de perfeccionamiento, promocionando actividades del saber humano, permitiendo el acceso de las personas de todas las condiciones,
- b) Administrar y operar los establecimientos que contribuyan a sus operaciones y financiamiento, en especial teatros, cines, museos, bibliotecas, salas de conferencias, recintos, y lugares para exposiciones y espectáculos artísticos y culturales, de propiedad de otras entidades del sector público siempre que exista disposición legal que lo permita o de la propia Corporación,
- c) En general, promover y participar activamente en el desarrollo y perfeccionamiento de las aptitudes y aficiones culturales y artísticas de los habitantes del país,
- d) La elaboración de programas y proyectos que den curso a la realización de actos y actividades de carácter artístico, científico y cultural, como asimismo a establecer relaciones y convenios con instituciones públicas o privadas, dirigidos a la consecución de los objetivos contenidos en esta letra y en las letras precedentes.

No obstante ser una Entidad sin fines de lucro, la Corporación desarrolla actividades que constituyen un hecho gravado con el impuesto a la renta de 1ª categoría, lo cual la obliga a someterse al régimen tributario general, dado que la Corporación no se encuentra entre las personas exentas señaladas en el Artículo 40 de la Ley de Impuesto a la renta.

Nota 2 - Bases de Preparación

a) Declaración de cumplimiento

Estos estados financieros han sido preparados de acuerdo con la Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB).

Estos estados financieros al 31 de diciembre de 2017, preparados de acuerdo a NIIF para las Pymes, han sido autorizados para su emisión por el Directorio de la Corporación con fecha 7 de junio de 2018.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 2 - Bases de Preparación (continuación)

b) Bases de medición

Los presentes estados financieros han sido preparados bajo la base del costo histórico.

c) Moneda funcional y de presentación

Estos estados financieros son presentados en pesos chilenos, que es la moneda funcional de la Corporación. Toda información es presentada en miles de pesos y ha sido redondeada a la unidad más cercana (M\$).

d) Uso de estimaciones y juicios

La preparación de los estados financieros de acuerdo con la NIIF para Pymes requiere que la Administración realice juicios, estimaciones y supuestos que afectan la aplicación de las políticas contables y los montos de activos, pasivos, ingresos y gastos informados. Los resultados reales pueden diferir de estas estimaciones.

Las estimaciones y supuestos relevantes son revisados regularmente. Las revisiones de las estimaciones contables son reconocidas en el período en que la estimación es revisada y en cualquier período futuro afectado.

Vidas útiles y test de deterioro de activos

La depreciación de propiedades, plantas y equipos se efectúa en función de la vida útil que ha estimado la Administración para cada uno de estos activos.

Esta estimación podría cambiar significativamente como consecuencia de innovaciones tecnológicas y acciones de la competencia en respuesta a cambios significativos en las variables del sector industrial. La Administración incrementará el cargo por depreciación cuando la vida útil actual sea inferior a la vida útil estimada anteriormente o depreciará o eliminará activos obsoletos técnicamente o no estratégicos que se hayan abandonado o vendido.

La Administración considera que los valores y vida útil asignados, así como los supuestos empleados, son razonables, aunque diferentes supuestos y vida útil utilizados podrían tener un impacto significativo en los montos reportados.

Provisiones

En el caso de las obligaciones, la Administración de la Corporación registra un pasivo cuando la pérdida es probable, la cantidad es estimable y existan expectativas razonables de que se realice un pago. Basados en información disponible, la Corporación utiliza los conocimientos, experiencia y juicio profesional a las características específicas de los riesgos conocidos. Este proceso facilita la evaluación temprana y la cuantificación de los riesgos potenciales en los casos individuales o en el desarrollo de asuntos contingentes.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 3 - Políticas Contables Significativas

Las políticas contables establecidas más adelante han sido aplicadas consistentemente a todos los períodos presentados en estos estados financieros, a menos que se indique lo contrario.

a) Período contable

Los estados financieros presentan el estado de situación financiera, estado integral de resultados y de excedente acumulado y de flujos de efectivo por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2017 y 2016.

b) Moneda extranjera

La Corporación registra sus transacciones en moneda extranjera a la moneda funcional respectiva en la fecha en que se realiza la transacción. Al final de cada período sobre el que se informa, la Corporación convertirá las partidas monetarias en moneda extranjera utilizando tasa de cambio de cierre; convertirá las partidas no monetarias que se midan en términos de costo histórico en una moneda extranjera, utilizando la tasa de cambio en la fecha de transición; y convertirá las partidas no monetarias que se midan al valor razonable en una moneda extranjera, utilizando las tasas de cambio en la fecha en que se determinó dicho valor razonable.

La Corporación reconocerá, en los resultados del período en que aparezcan, las diferencias de cambio que surjan al liquidar las partidas monetarias o al convertir las partidas monetarias a tasas diferentes de las que se utilizaron para su conversión en el reconocimiento inicial durante el período o en períodos anteriores.

Al cierre de cada ejercicio, los activos y pasivos en moneda extranjera y en unidades de fomento, han sido expresados en moneda corriente de acuerdo a las siguientes paridades:

	2017	2016
	\$	\$
Dólar	614, 75	669,47
Unidad de Fomento (pesos)	<u>26.798,14</u>	<u>26.347,98</u>

c) Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes

En el estado de situación financiera, por clasificación, los saldos se clasifican en función de sus vencimientos, es decir, como corrientes aquellos con vencimiento igual o inferior a doce meses y como no corrientes, los de vencimiento superior a dicho período.

En el caso que existan obligaciones cuyo vencimiento es inferior a doce meses, pero cuyo refinanciamiento a largo plazo esté asegurado a discreción de la Corporación, mediante contratos de crédito disponibles de forma incondicional con vencimiento a largo plazo, podrían clasificarse como pasivos no corrientes.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

d) Efectivo y equivalentes al efectivo

El efectivo y equivalentes al efectivo incluyen el efectivo en caja, los saldos bancarios, otras inversiones a corto plazo de gran liquidez con un vencimiento original de tres meses o menos, desde la fecha de su adquisición y que tengan un mínimo riesgo de pérdida de valor.

e) Instrumentos financieros

Instrumentos Financieros Básicos: los instrumentos financieros básicos están compuestos de efectivo y equivalentes al efectivo, deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, otros pasivos financieros y otras cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar.

La Entidad reconoce un activo o un pasivo financiero cuando se obliga o compromete con las cláusulas contractuales del mismo.

La Corporación reconoce inicialmente sus activos y pasivos financieros al precio de la transacción (incluyendo los costos de transacción excepto en la medición inicial de los activos y pasivos financieros que se miden al valor razonable con cambios en resultados).

Al final de cada período sobre el que se informa, la Corporación mide sus principales instrumentos financieros al costo amortizado utilizando el método del interés efectivo. El método del interés efectivo es un método de cálculo del costo amortizado de un activo o un pasivo financiero y de distribución del ingreso por intereses o gastos por intereses a lo largo del período correspondiente.

f) Propiedades, plantas y equipos

Las partidas de propiedades, plantas y equipos son valorizados al costo de adquisición menos depreciación acumulada y cualquier pérdida por deterioro de valor acumulada.

Los desembolsos posteriores a la adquisición son capitalizados sólo cuando es probable que beneficios futuros fluyan a la Sociedad y los costos puedan ser medidos en forma razonable. Los desembolsos posteriores correspondientes a reparaciones o mantenciones son registrados en el resultado del período en el cual se incurren.

La depreciación se carga para distribuir el costo de los activos menos sus valores residuales a lo largo de su vida útil estimada, aplicando el método de depreciación lineal.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

f) Propiedades, plantas y equipos (continuación)

En la depreciación de las propiedades, plantas y equipos se utilizan las siguientes tasas:

Concepto	Vida Útil Años
Equipos de oficina	3 a 9
Equipos audiovisuales	4
Infraestructura tecnológica	<u>6</u>

Si existe algún indicio de que se ha producido un cambio significativo en la tasa de depreciación, vida útil o valor residual de un activo, se revisa la depreciación de ese activo de forma prospectiva para reflejar las nuevas expectativas.

g) Intangibles

Los intangibles son software computacional que están presentados al costo menos la amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro de valor. Si existe un indicio que ha habido un cambio significativo en la tasa de amortización, vida útil o valor residual de un activo intangible, la amortización es modificada en forma prospectiva para reflejar las nuevas expectativas.

En la amortización de activos intangibles se utilizan las siguientes tasas:

Concepto	Vida Útil Años
Software computacional	<u>6</u>

h) Deterioro

Activos financieros

Al final de cada período sobre el cual se informa, la Corporación evalúa si existe evidencia objetiva de deterioro de cualquier activo financiero que está valorizado al costo o al costo amortizado.

Un activo financiero está deteriorado si existe evidencia objetiva de deterioro como consecuencia de uno o más eventos de pérdida ocurridos después del reconocimiento inicial del activo, y ese o esos eventos de pérdida han tenido un efecto negativo en los flujos de efectivo futuros del activo que puede estimarse de manera fiable.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

h) Deterioro (continuación)

Activos financieros (continuación)

Si existe evidencia objetiva de deterioro, la Corporación reconoce inmediatamente una pérdida por deterioro. Para un instrumento medido al costo, la pérdida por deterioro es la diferencia entre el importe en libros del activo y la mejor estimación del importe que la Entidad recibiría por el activo en la fecha sobre la que se informa. Si en un período posterior, el monto de una pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede ser con un hecho posterior al reconocimiento del deterioro, se procede a revertir la pérdida por deterioro reconocida previamente.

La Corporación en cada fecha sobre la que se informa, revisa las propiedades, planta y equipos e intangibles para determinar si existen indicios de que esos activos han sufrido una pérdida por deterioro de valor.

Si existen indicios de un posible deterioro de valor, se estima y compara el monto recuperable de cualquier activo afectado (o unidad generadora de efectivo a la que el activo pertenece) con su valor libro. El importe recuperable de un activo o de una unidad generadora de efectivo es el mayor entre su valor razonable menos los costos de venta y su valor en uso. Si el monto recuperable estimado es inferior al valor libro, se reduce el valor libro del activo al valor recuperable estimado, y se reconoce una pérdida.

Si en un período posterior, el monto de una pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede ser relacionada objetivamente con un hecho posterior al reconocimiento del deterioro, se procede a revertir la pérdida por deterioro reconocida previamente.

Al 31 de diciembre de 2017 y 2016, la Corporación considera que no existen indicadores de deterioro de sus activos no financieros.

i) Provisiones

La Corporación reconoce una provisión si: es resultado de un suceso pasado, posee una obligación legal o implícita que puede ser estimada de forma fiable y es probable que sea necesario un flujo de salida de beneficios económicos para resolver la obligación. Las provisiones se determinan descontando el flujo de efectivo que se espera a futuro a la tasa antes de impuestos que refleja la evaluación actual del mercado del valor del dinero en el tiempo y de los riesgos específicos de la obligación. El saneamiento del descuento se reconoce como costo financiero.

La Corporación sólo deberá cargar contra una provisión aquellos desembolsos para los cuales originalmente fue reconocida la provisión.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

i) Provisiones (continuación)

La Corporación deberá revisar las provisiones en cada fecha sobre la cual se informa y ajustarlas para reflejar la mejor estimación actual del monto que sería requerido para liquidar la obligación en esa fecha a la cual se informa. Cualquier ajuste a los montos previamente reconocidos deberá ser reconocido como parte del costo de un activo. Cuando una provisión se mide al valor actual del monto que se espera sea requerido para liquidar la obligación, la realización del descuento deberá ser reconocido como un costo financiero en el período en que surge.

j) Beneficios a los empleados

Beneficios a Corto Plazo

Las obligaciones por beneficios a los empleados a corto plazo son medidas en base no descontada y son reconocidas como gastos a medida que el servicio relacionado se provee. Se reconoce una obligación por el monto que se espera pagar si la Corporación posee una obligación legal o implícita actual de pagar este monto como resultado de un servicio ya prestado por el empleado y la obligación puede ser estimada con fiabilidad.

Los beneficios corresponden a:

- Vacaciones del personal: La Corporación registra el costo asociado a las vacaciones sobre base devengada.

Beneficios a Largo Plazo

La Corporación no ha pactado ningún tipo de beneficio de largo plazo para sus empleados.

k) Ingresos ordinarios

Los ingresos son reconocidos en la medida en que es posible que los beneficios económicos fluyan hacia la Corporación y pueden ser medidos con fiabilidad. Los ingresos son medidos al valor justo de los beneficios económicos recibidos o por recibir y se presentan netos del impuesto al valor agregado, devoluciones y descuentos.

l) Arrendamientos

Los arrendamientos se clasifican como arrendamientos financieros siempre que los términos del arrendamiento transfieran sustancialmente todos los riesgos y las ventajas inherentes a la propiedad del activo arrendado. Todos los demás arrendamientos se clasifican como operativos.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

l) Arrendamientos (continuación)

Las series de transacciones que sean vinculadas y que tengan la forma legal de un arrendamiento se deberán contabilizar como una sola transacción cuando el efecto económico global no pueda ser entendido sin hacer referencia a las series de transacciones.

Arrendamiento Financiero

Los derechos sobre los activos mantenidos en arrendamiento financiero se reconocen como activos de la Corporación al valor razonable de la propiedad arrendada (o, si son inferiores, por el valor presente de los pagos mínimos por arrendamiento) al inicio del arrendamiento. El correspondiente pasivo con el arrendador se incluye en el estado de situación financiera como una obligación por el arrendamiento financiero. Los pagos del arrendamiento se reparten entre cargas financieras y reducción de la obligación del arrendamiento, para así conseguir una tasa de interés constante sobre el saldo restante del pasivo. Los cargos financieros se deducen en la medición de resultados. Los activos mantenidos en arrendamiento financiero se incluyen en propiedad, planta y equipo, y la depreciación y evaluación de las pérdidas por deterioro de valor se realiza de la misma forma que para los activos que son de propiedad de la Corporación.

Arrendamiento Operativo

Los pagos realizados bajo arrendamientos operativos se reconocen en resultados bajo el método lineal durante el período de arrendamiento. Los incentivos por arrendamiento recibidos son reconocidos como parte integral del gasto total de arrendamiento durante el período de este.

m) Patrimonio

Debido a que los únicos cambios en el patrimonio de la Corporación corresponden al resultado del ejercicio, ésta ha optado por presentar un único estado integral de resultados y de excedentes acumulados, en vez de un estado integral de resultado y un estado de cambios en el patrimonio, en forma separada.

n) Estado de flujos de efectivo

El estado de flujos de efectivo recoge los movimientos de caja realizados durante el ejercicio, determinados por el método indirecto. En estos estados de flujos de efectivo se utilizan las siguientes expresiones en el sentido que figura a continuación:

Actividades de operación: son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios de la Corporación y sus costos asociados, así como las actividades que no puedan ser calificadas como de inversión o financiamiento.

Los movimientos de las actividades de operación son determinados por el método indirecto.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

n) Estado de flujos de efectivo (continuación)

Actividades de inversión: las actividades de adquisición, enajenación o disposición por otros medios de activos no corrientes y otras inversiones no incluidas en el efectivo y sus equivalentes.

Actividades de financiamiento: actividades que producen cambios en el tamaño y composición del patrimonio total y de los pasivos de carácter financiero.

La Corporación considera efectivo y efectivo equivalente los saldos de efectivo mantenidos en la caja y en cuentas corrientes bancarias, los depósitos a plazo y otras operaciones financieras que se estipula liquidar a menos de 90 días desde su fecha de vencimiento y que presentan un mínimo riesgo de pérdida de valor.

o) Impuesto a las ganancias

El resultado por impuesto a las ganancias del ejercicio resulta de la aplicación del tipo de gravamen sobre la base imponible del período, una vez aplicadas las deducciones que tributariamente son admisibles, más la variación de los activos y pasivos por impuestos diferidos y créditos tributarios, tanto por pérdidas tributarias como por deducciones.

p) Impuestos diferidos

El impuesto diferido se reconoce a partir de las diferencias entre los importes en libros de los activos y pasivos en los estados financieros y sus bases fiscales correspondientes (conocidas como diferencias temporarias).

Los pasivos por impuestos diferidos se reconocen para todas las diferencias temporarias que se espere que incrementen la ganancia fiscal en el futuro. Los activos por impuestos diferidos se reconocen para todas las diferencias temporarias que se espere que reduzcan la ganancia fiscal en el futuro, y cualquier pérdida o crédito fiscal no utilizado. Los activos por impuestos diferidos se miden al importe máximo que, sobre la base de la ganancia fiscal actual o estimada futura, es probable que se recuperen.

Con fecha 29 de septiembre de 2014, se publicó en el Diario Oficial la Ley N°20.780, la que considera el aumento de la tasa de primera categoría de un 20% a un 21% para las rentas que se perciban o devenguen durante el año calendario 2014, y posteriormente, considera un aumento progresivo de la tasa de primera categoría hasta un 25% o 27%, dependiendo del régimen de tributación elegido por la Corporación, en el año calendario 2018.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 3 - Políticas Contables Significativas (continuación)

q) Actualización de IFRS para Pymes con aplicación efectiva para períodos anuales iniciados en o después del 1 de enero de 2017

Las principales mejoras y modificaciones al compendio de normas e interpretaciones de IFRS para Pyme, que han sido emitidos en mayo de 2015, pero aún no han entrado en vigencia a la fecha de estos estados financieros, se encuentran detalladas a continuación. La Compañía no ha aplicado estas normas en forma anticipada:

	Mejoras y Modificaciones	Principales Materias
Sección 17	Propiedades, planta y equipos	Permitir una opción para usar el modelo de revaluación para propiedades, planta y equipos
Sección 29	Impuesto a las ganancias	Alinear los requerimientos principales para reconocimiento y medición de impuestos diferidos con la NIC 12 de impuesto a las ganancias
Sección 34	Actividades especializadas	Alinear los requerimientos principales para el reconocimiento y medición de activos para exploración y evaluación con la NIIF 6 Exploración y evaluación de recursos minerales

La Corporación se encuentra evaluando los impactos que podrían generar las mencionadas modificaciones, estimando que no afectarán significativamente los estados financieros.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 4 - Efectivo y Equivalentes al Efectivo

La composición del efectivo y equivalentes al efectivo se compone como sigue:

	2017 M\$	2016 M\$
Bancos (1)	249.738	32.385
Fondos fijos	276	292
Fondos mutuos (2)	751.270	-
Total efectivo y equivalente al efectivo	<u>1.001.284</u>	<u>32.677</u>

(1) Corresponden a valores mantenidos en cuenta corriente bancaria.

(2) Corresponden a 562.130,7874 cuotas del fondo mutuo Money Market Ejecutiva a un valor cuota de \$1.336, 4689 al 31 de diciembre de 2017, administrado por Fondo Mutuo Santander Santiago.

Los valores mostrados como efectivo y equivalente de efectivo no tienen restricciones para su utilización inmediata.

Nota 5 - Otros Activos no Financieros Corrientes

La composición de estos rubros al 31 de diciembre de 2017 y 2016, se detalla a continuación:

	2017 M\$	2016 M\$
Boletas en garantías	2.035	2.000
Anticipo proveedores	8.866	3.525
Total otros activos no financieros corrientes	<u>10.901</u>	<u>5.525</u>

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 6 - Deudores Comerciales y otras Cuentas por Cobrar Corrientes

El detalle de los deudores comerciales y otras cuentas por cobrar al 31 de diciembre de 2017 y 2016, es el siguiente:

	2017	2016
	M\$	M\$
Cuentas por cobrar a clientes	83.542	98.737
Otras cuentas por cobrar	47.174	49.369
Total deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	<u>130.716</u>	<u>148.106</u>

Las cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar se encuentran en pesos chilenos. Al 31 de diciembre de 2017 y 2016 las cuentas por cobrar a clientes y otras cuentas por cobrar tienen vencimiento menor a un año, por lo que la Administración considera que estos saldos se encuentran presentados a su valor razonable.

Nota 7 - Activos Intangibles distintos de Plusvalía

- a) Los movimientos de activos intangibles, efectuados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2017, se detalla a continuación:

	Software y Licencias M\$	Activos en Leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 1.1.2017	50.635	179.805	230.440
Adiciones	-	-	-
Total Intangibles brutos al 31.12.2017	<u>50.635</u>	<u>179.805</u>	<u>230.440</u>
Amortización acumulada			
Saldo inicial al 1.1.2017	(43.777)	(82.410)	(126.187)
Gasto de amortización	(3.285)	(29.968)	(33.253)
Total amortización acumulada al 31.12.2017	<u>(47.062)</u>	<u>(112.378)</u>	<u>(159.440)</u>
Total Intangibles netos al 31.12.2017	<u>3.573</u>	<u>67.427</u>	<u>71.000</u>

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 7 - Activos Intangibles Distintos de Plusvalía (continuación)

- b) Los movimientos de activos intangibles, efectuados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2016, se detalla a continuación:

	Software y Licencias M\$	Activos en Leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 1.1.2016	50.635	179.805	230.440
Adiciones	-	-	-
Total Intangibles brutos al 31.12.2016	50.635	179.805	230.440
Amortización acumulada			
Saldo inicial al 1.1.2016	(39.589)	(52.443)	(92.032)
Gasto de amortización	(4.188)	(29.967)	(34.155)
Total amortización acumulada al 31.12.2016	(43.777)	(82.410)	(126.187)
Total Intangibles netos al 31.12.2016	6.858	97.395	104.253

Nota 8 - Propiedad, Planta y Equipo

- a) Los movimientos de bienes de propiedad, planta y equipos, realizados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2017, se detalla a continuación:

	Equipos de Oficina M\$	Equipos Audiovisuales M\$	Activos en Leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 1.1.2017	358.412	53.840	77.059	489.311
Adiciones	-	4.996	-	4.996
Total propiedades, plantas y equipos brutos al 31.12.2017	358.412	58.836	77.059	494.307
Depreciación acumulada				
Saldo inicial al 1.1.2017	(352.066)	(37.372)	(35.319)	(424.757)
Gasto de depreciación	(4.528)	(7.955)	(12.843)	(25.326)
Total depreciación acumulada al 31.12.2017	(356.594)	(45.327)	(48.162)	(450.083)
Total propiedades, plantas y equipos netos al 31.12.2017	1.818	13.509	28.897	(44.224)

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 8 - Propiedad, Planta y Equipo (continuación)

- b) Los movimientos de bienes de propiedad, planta y equipos, realizados durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2016, se detallan a continuación:

	Equipos de Oficina M\$	Equipos Audiovisuales M\$	Activos en Leasing M\$	Total M\$
Saldo inicial al 1.1.2016	381.113	107.792	77.059	565.964
Bajas	(26.704)	(53.952)	-	(80.656)
Adiciones	4.003	-	-	4.003
Total propiedades, plantas y equipos brutos al 31.12.2016	358.412	53.840	77.059	489.311
Depreciación acumulada				
Saldo inicial al 1.1.2016	(363.439)	(89.721)	(22.476)	(475.636)
Bajas	26.704	53.952	-	80.656
Gasto de depreciación	(15.331)	(1.603)	(12.843)	(29.777)
Total depreciación acumulada al 31.12.2016	(352.066)	(37.372)	(35.319)	(424.757)
Total propiedades, plantas y equipos netos al 31.12.2016	6.346	16.468	41.740	64.554

Al cierre de cada ejercicio, la Corporación ha efectuado una revisión de los indicadores internos y externos de deterioro, determinando que no existen indicios de que los bienes de propiedad, planta y equipo se encuentren deteriorados.

Al 31 de diciembre de 2017 y 2016, la Corporación no tiene restricción de titularidad ni garantías para el cumplimiento de obligaciones que afecten a los bienes de propiedad, planta y equipo.

Nota 9 - Impuesto a la Renta e Impuestos Diferidos

Al 31 de diciembre de 2017 y 2016, la Corporación no ha registrado provisión de gasto de impuesto a la renta por presentar pérdida tributaria ascendente a M\$975.983 y M\$866.759, respectivamente.

Asimismo, al 31 de diciembre de 2017 y 2016, la Corporación no ha registrado impuestos diferidos por las diferencias temporarias generadas por activos y pasivos, por cuanto considera que el efecto neto de tales diferencias no será recuperado en un plazo menor a 5 años.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 10 - Otros Pasivos Financieros Corrientes y no Corrientes

La composición de estos rubros al 31 de diciembre de 2017 y 2016, se detalla a continuación:

Tipo de Obligación	Corriente		No Corriente	
	2017 M\$	2016 M\$	2017 M\$	2016 M\$
Financiamiento IBM	49.573	48.148	70.564	130.765
Total	49.573	48.148	70.564	130.765

La obligación con IBM corresponde al financiamiento del contrato de infraestructura tecnológica firmado en abril de 2014, está pactado en dólares y tiene una duración de 72 meses desde la fecha de firma. La tasa de interés para este financiamiento es de 0,96% mensual. Este Contrato puede ser sujeto de término anticipado y estará sujeto a un cargo por terminación anticipada que es decreciente en el tiempo. Al 31 de diciembre de 2017 y 2016 el cargo por terminación anticipada equivale a US\$353.395,71 y US\$443.476,97 respectivamente. Al cierre de cada ejercicio, la obligación por este contrato se presenta neta de intereses no devengados.

El vencimiento de la deuda del contrato con IBM, sin descontar intereses no devengados, presenta el siguiente vencimiento al cierre de cada ejercicio:

	Total Al 31.12.2017 M\$	Vencimiento en:		
		2018 M\$	2019 M\$	2020 M\$
Deuda con IBM	136.927	60.857	60.857	15.213

	Total Al 31.12.2016 M\$	2017 M\$	Vencimiento en:	
			2018 M\$	2019 M\$
Deuda con IBM	215.295	66.245	66.245	16.560

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 11 - Cuentas por Pagar Comerciales y otras Cuentas por Pagar

Las cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar en cada ejercicio, se presenta a continuación:

	2017 M\$	2016 M\$
Proveedores	54.620	61.899
Otras provisiones	82.891	105.863
Retenciones	41.267	34.052
Total cuentas por pagar	<u>178.778</u>	<u>201.814</u>

Nota 12 - Provisiones por Beneficios a los Empleados, Corriente

Los beneficios a los empleados en cada ejercicio, se presenta a continuación:

	2017 M\$	2016 M\$
Provisión para vacaciones	89.369	82.312
Total	<u>89.369</u>	<u>82.312</u>

El movimiento de esta provisión es el siguiente:

	2017 M\$	2016 M\$
Saldo al 1 de enero	82.312	63.794
Adiciones (disminuciones)	7.057	18.518
Saldo al 31 de diciembre	<u>89.369</u>	<u>82.312</u>

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 13 - Ingresos Anticipados

Al 31 de diciembre de 2017, los saldos presentados en esta cuenta corresponden según el siguiente detalle:

	2017	2016
	M\$	M\$
Aportes del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (1)	703.996	-
Subvención Presidencial (2)	230.884	-
Total	<u><u>934.880</u></u>	<u><u>-</u></u>

(1) Aportes del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Este aporte corresponde al saldo de recursos, según RCT N° 54 de fecha 16 de noviembre de 2017 del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, en conformidad de la Ley de Presupuesto sector Público 2017 N° 20981.

(2) Subvención Presidencial

Este monto corresponde a fondos asignados para cubrir gastos de producción técnica en el marco de la Inauguración de la II Etapa del Centro Cultural, monto que no fue utilizado, y por ello reintegrado en su totalidad con fecha de 31 de enero 2018.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 14 - Ingresos

Los ingresos de actividades operacionales se desglosan como sigue:

	2017	2016
	M\$	M\$
Aportes del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (1)	2.261.828	2.154.441
Eventos y auspicios (2)	421.323	452.256
Arriendos (3)	341.357	332.027
Ingreso por entradas (4)	254.518	263.503
Donaciones (5)	144.500	4.100
Total	<u>3.423.526</u>	<u>3.206.327</u>

(1) Aportes del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes

Estos aportes están destinados a financiar actividades de artes escénicas nacionales e internacionales como teatro y danza; programación musical y audiovisual, artes visuales y museo de arte popular, eventos especiales y formación de audiencias, entre otras.

(2) Ingresos por Eventos y Auspicios

Corresponden principalmente a ingresos percibidos por conceptos de arriendo de salas y espacios para eventos de terceros y auspicios de privados.

(3) Arriendos

Corresponden a ingresos asociados a contratos de arrendamiento con las tiendas E.N.D., BBVinos, Librería del GAM, Restorán Lucila, Café Público, Agrupación Cultural Lastarria y Estacionamiento San Sergio.

(4) Ingresos por Entradas

Corresponden a ingresos percibidos por conceptos de ventas de entradas. Los desembolsos asociados a estos a ingresos correspondientes al borderó se presentan en los rubros de gastos del estado de resultados.

(5) Donaciones

Corresponden a donaciones percibidas, las cuales son recursos con límites o restricciones, y sobre la base de aquellas partidas que de acuerdo a lo establecido en el Decreto Ley N°824, sobre Impuesto a la Renta, se encuentran gravadas con dicho impuesto. Los desembolsos financiados con estos ingresos se presentan en rubros de gastos del estado de resultados.

Nota 15 - Contingencias y Compromisos

Al 31 de diciembre de 2017 y 2016, la Sociedad no presenta compromisos ni contingencias que deban ser reveladas en los presentes estados financieros.

**CORPORACION CENTRO CULTURAL
GABRIELA MISTRAL**

Notas a los Estados Financieros

31 de diciembre de 2017 y 2016

Nota 16 - Hechos Posteriores

Entre el 31 de diciembre de 2017 y la fecha de aprobación de estos estados financieros, no han existido hechos posteriores que pudieran tener efecto significativo en las cifras en ellos presentados, ni en la situación económica y/o financiera de la Corporación, que requieran ser revelados en notas explicativas.

Encuesta de Caracterización de Público GAM 2017

Unidad de Estudios **GAM**



INTRODUCCIÓN

La encuesta de caracterización de públicos es una herramienta que GAM ha desarrollado desde 2011 continuamente con el fin de conocer a sus audiencias y delimitar estrategias que potencien la misión del centro cultural.

Con un muestreo de 1.331 casos desarrollado en un trabajo en terreno de dos meses, la unidad de estudios GAM guía este proceso y lo socializa para fomentar la transparencia de nuestro trabajo. La publicación además es una forma de poner la información al servicio de organismos o personas interesadas en la gestión, investigación y/o reflexión vinculada al desarrollo, formación y fidelización de audiencias.



Metodología

- Muestreo estratificado
- 1.331 casos

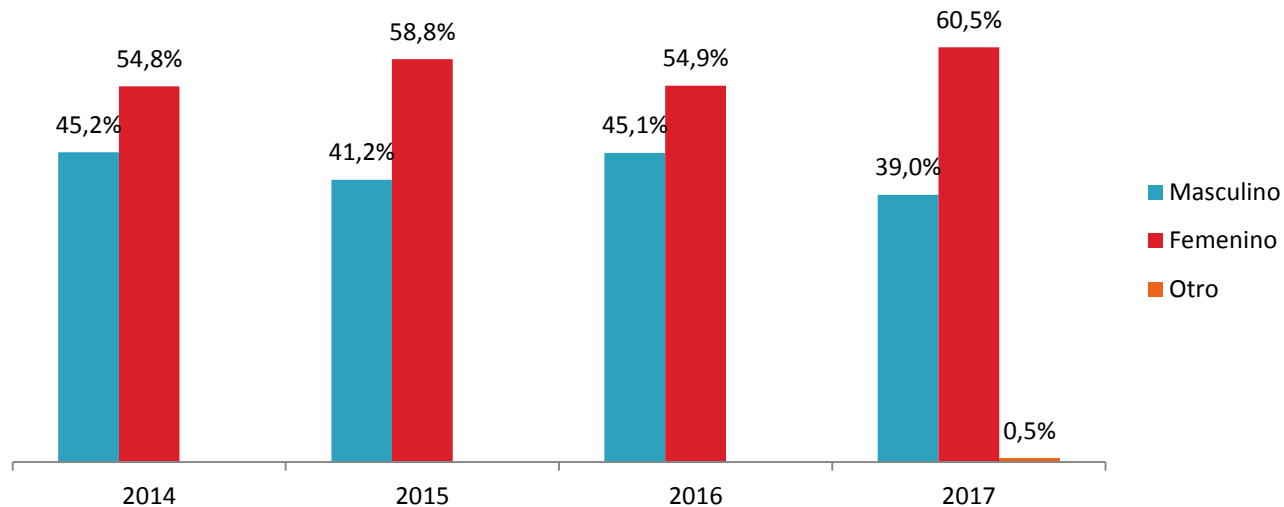
Espacios	N° de casos
Funciones de Teatro	191
Funciones de Danza	50
Funciones de Música	57
Sala de Artes Visuales	248
Sala de Arte Popular	166
BiblioGAM	116
Actividades de Audiencias	166
Comunidades en plazas	65
Café Público	122
Restorán Lucila De Nosotros	50
Librería del GAM	50
Espacio Nacional de Diseño E.N.D	50
Puma Lab	50

- Trabajo en terreno: septiembre y octubre de 2017
- El error muestral estimado: $\pm 3\%$

Estrato	Nombre de las actividades en que se aplicó la encuesta
Sala de Artes Visuales	Exposición El hilo de Violeta
Sala Arte Popular MAPA	Violeta y la pintura instintiva
Teatro	Diatriba
	El Epicedio
	Elegía de los Andes
	En fuga no hay despedida
	Noche Mapuche
	Oedipus Schmoedipus
	Piece for Person and Ghetto Blaster
	Pompeya
Danza	Malen
Música	Concierto Beatriz Pichimalen
	Conciertos Ciclo IMUC música contemporánea
	Concierto de jazz El loco que tiraba piedras a la luna
	Concierto Natalia Contesse
	Concierto Taiko Nico-Ichi
Audiencias	Festival de Teatro Escolar FETyC
	Taller jóvenes críticos
	Taller familiar conociendo a Violeta
	Taller coro de profesores Voces GAM
BiblioGAM	Usuarios de biblioteca
Comunidades	Grupos establecidos que usan los espacios abiertos de GAM para reunirse regularmente
Café Público	Clientes del café
Restorán Lucila de Nosotros	Clientes del restorán
Librería del GAM	Clientes de la tienda y asistentes a sus actividades (lanzamiento de libros)
Espacio Nacional de Diseño	Clientes de la tienda

Caracterización sociodemográfica

Si bien anteriormente se ha observado una preponderancia de público femenino entre los visitantes de GAM, este año la brecha entre géneros aumenta respecto al año anterior: un 60,5% corresponde a personas de género femenino y un 39,0% a género masculino. Cabe destacar, que por primer año se agrega como alternativa la respuesta "otros", la cual corresponde a un 0,5% de las respuestas.





Género de los visitantes según espacio

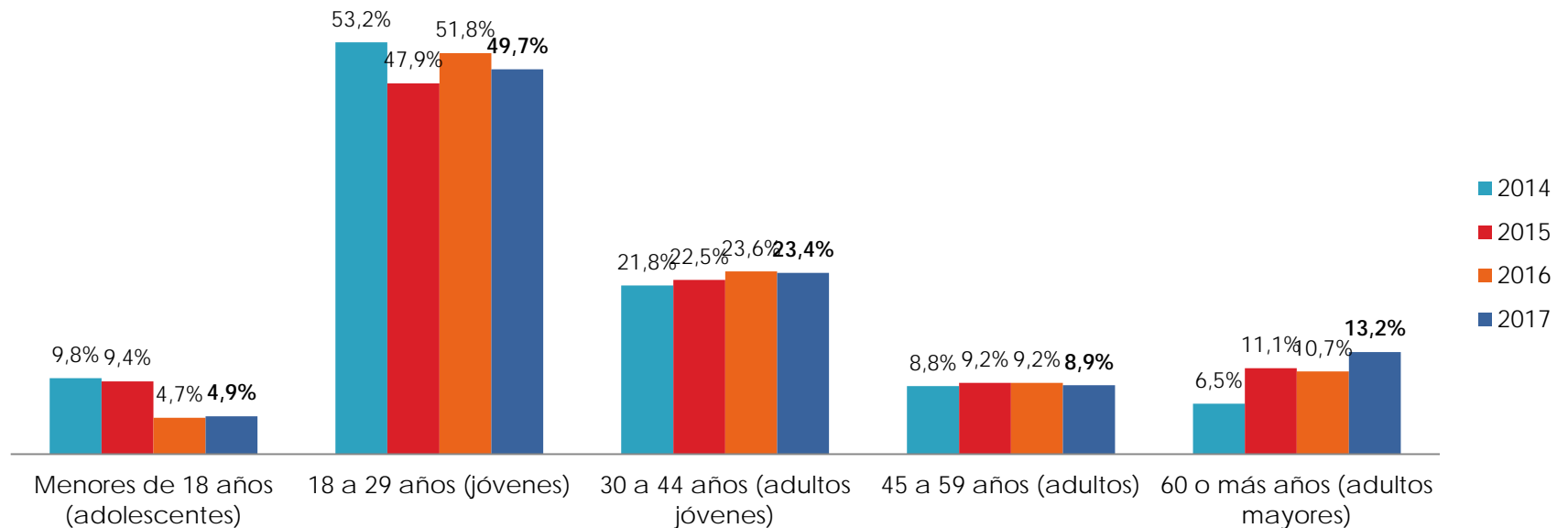
- En todos los espacios y actividades los resultados son similares a la tendencia general, donde el público es mayoritariamente de género femenino.
- Audiencias y la tienda END concentran los porcentajes más altos de público femenino (81,7% y 68,0% respectivamente).
- Por otra parte, los públicos de BiblioGAM (1,7%) y las Comunidades (1,6%) registran porcentajes sobre la tendencia general para la alternativa otros.

Género	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Femenino	53,0%	58,5%	54,8%	62,3%	54,0%	52,0%	68,0%	56,5%	59,6%	57,9%	81,7%	58,7%	60,5%
Masculino	45,2%	40,7%	45,2%	37,7%	46,0%	48,0%	30,0%	42,9%	40,4%	42,1%	18,3%	39,7%	39,0%
Otros	1,7%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,0%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,5%



Edad en tramos

El segmento de mayor presencia sigue siendo el joven (18 a 29 años) con un 49,7%, aunque muestra un porcentaje menor al año anterior. Luego le sigue el tramo adulto joven (30 a 44 años) con un 23,4%. El único tramo que se ve en incremento, respecto a años anteriores, es el de adulto mayor (60 años o más) que este año representa un 13,2%.





Edad en tramos según espacio

- A excepción de **Comunidades** en plazas, **Audiencias**, **Restorán** y **Librería del GAM**, todos los estratos cumplen la tendencia general, con una mayor proporción de jóvenes seguida de adultos jóvenes.
- En **Restorán y Librería del GAM**, es mayor la proporción de adultos jóvenes (42,0% para ambos), en cambio en **Comunidades** si bien concentran casi en su totalidad público joven (90,8%), el segundo tramo de edad que le sigue es el adolescente (menores de 18 años) con un 6,2%.
- El público de las actividades de **Audiencias**, se caracteriza por una mayor concentración en el tramo adulto mayor (54,8%); lo que se explica por el trabajo focalizado que se realiza con este segmento etario.

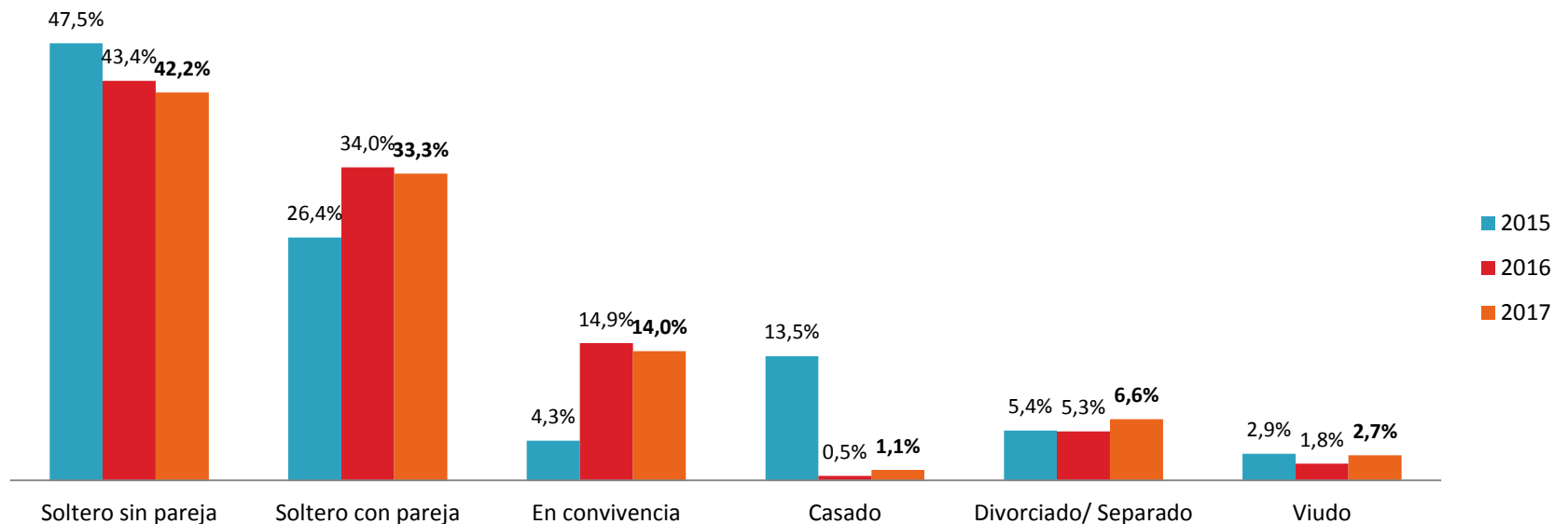
Tramos de edad	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Menor de 18 años (adolescentes)	4,3%	4,8%	5,4%	2,5%	4,0%	2,0%	4,0%	4,7%	4,0%	0,0%	9,6%	6,2%	4,9%
18-29 años (jóvenes)	56,9%	53,6%	60,2%	54,1%	24,0%	40,0%	52,0%	52,9%	48,0%	54,4%	13,9%	90,8%	49,7%
30 - 44 años (adultos jóvenes)	25,0%	22,6%	17,5%	33,6%	42,0%	42,0%	22,0%	25,1%	24,0%	28,1%	15,1%	3,1%	23,4%
45 - 59 años (adultos)	6,0%	10,9%	10,2%	6,6%	24,0%	4,0%	16,0%	7,3%	12,0%	10,5%	6,6%	0,0%	8,9%
60 años o más (adultos mayores)	7,8%	8,1%	6,6%	3,3%	6,0%	12,0%	6,0%	9,9%	12,0%	7,0%	54,8%	0,0%	13,2%

Estado civil

La gran mayoría de los públicos, un 75,5% es de estado civil soltero. Entre estos predominan los solteros sin pareja (un 42,2% del total), seguidos por los solteros con pareja (33,3%).

Con una cifra bastante menor, en tercer lugar se sitúan quienes están en convivencia, que representan al 14,0%, seguido por la categoría divorciado/separado 6,6%.

Resalta que el porcentaje de casado/acuerdo de unión civil es considerablemente menor (1,1%), sobretodo si es comparado con el año 2015.





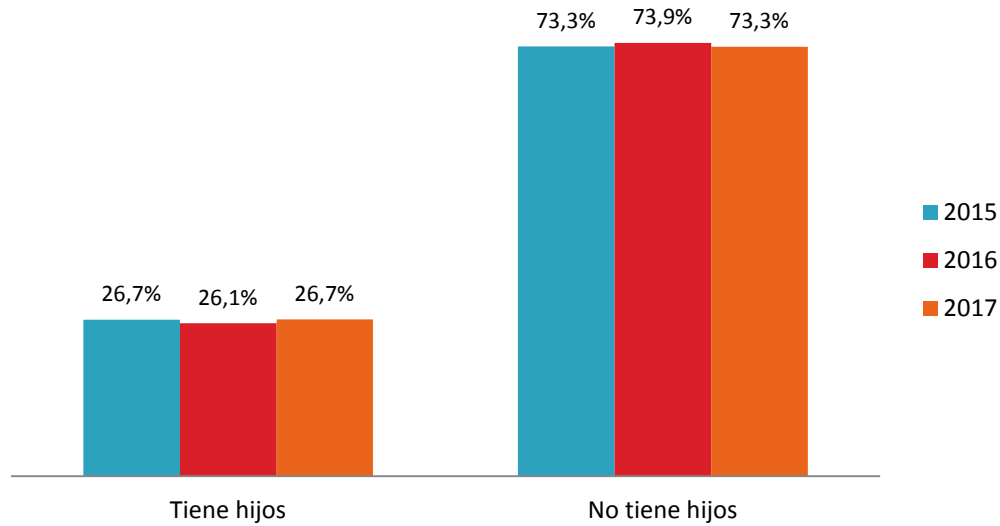
Estado civil según espacio

- En **Teatro, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, y BiblioGAM, Comunidades y Café Público**, la composición del público según estado civil, se ajusta a la tendencia general, con un público en primer lugar soltero sin pareja y luego soltero con pareja.
- En **Danza, Restorán, Librería y END** la mayoría es soltero con pareja.
- En las actividades de **Audiencias**, si bien también predominan los solteros sin pareja, le sigue un mayor porcentaje de personas divorciadas/separadas (21,6%).

Estado civil	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Soltero sin pareja	45,7%	41,3%	44,0%	54,1%	30,0%	34,0%	34,0%	43,5%	28,0%	50,9%	31,5%	60,0%	42,2%
Soltero con pareja	29,3%	34,4%	36,7%	32,0%	34,0%	40,0%	50,0%	39,3%	44,0%	33,3%	13,6%	35,4%	33,3%
En convivencia	9,5%	15,0%	13,9%	12,3%	26,0%	20,0%	6,0%	12,6%	22,0%	10,5%	19,8%	1,5%	14,0%
Casado/Unión Civil	2,6%	2,4%				2,0%					2,5%	1,5%	1,1%
Divorciado/separado	12,9%	4,0%	4,2%	1,6%	6,0%	4,0%	6,0%	2,6%	6,0%	3,5%	21,6%	1,5%	6,6%
Viudo		2,8%	1,2%		4,0%		4,0%	2,1%		1,8%	11,1%		2,7%

Hijos

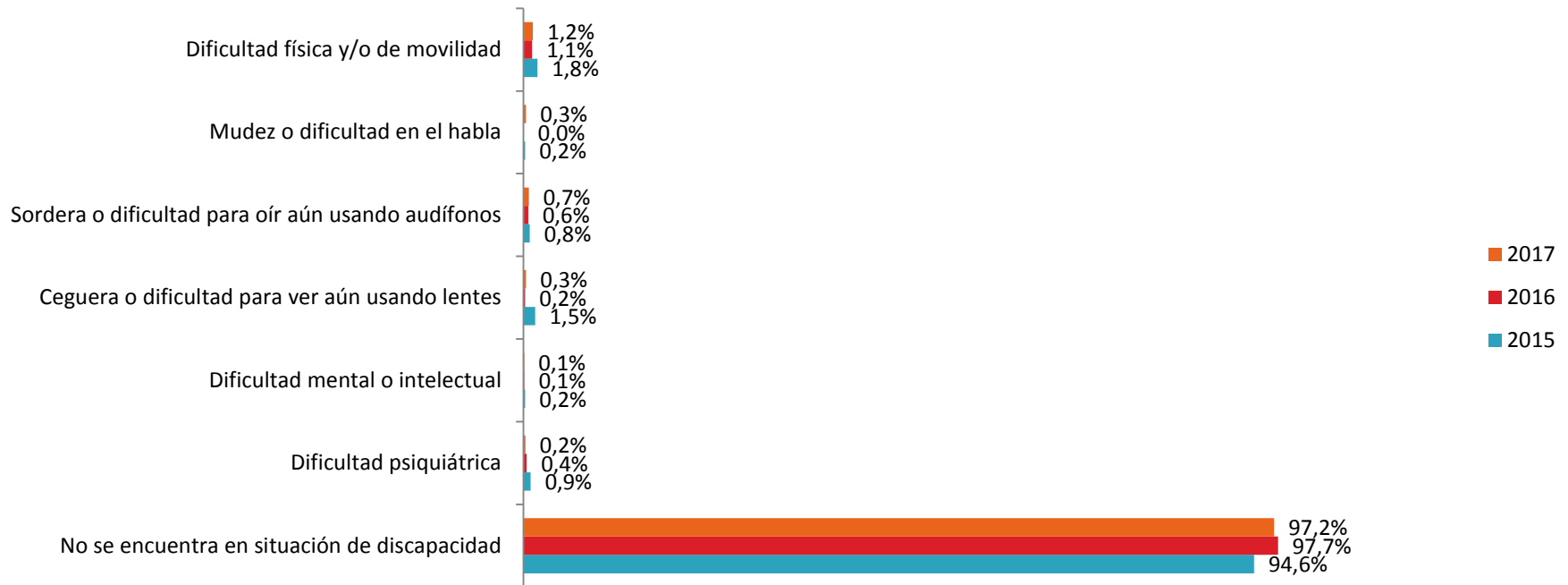
Un 26,7% de los visitantes GAM declara tener hijos, versus casi tres cuartos que declara lo contrario. Estas cifras son una tendencia constante respecto a años anteriores.





Situación de discapacidad

En total, un 5,4% de los visitantes se encuentra en situación de discapacidad. Este porcentaje ha aumentado respecto a años anteriores y se distribuye, de manera decreciente, en las siguientes situaciones: dificultad física y/o de movilidad (1,8%), ceguera o dificultad para ver aún usando lentes (1,5%), dificultad psiquiátrica (0,9%) sordera o dificultad para oír aún usando audífonos (0,8%), y en el último lugar con el mismo porcentaje, dificultad mental o intelectual y mudez o dificultad en el habla (0,2%)





Situación de discapacidad según espacio

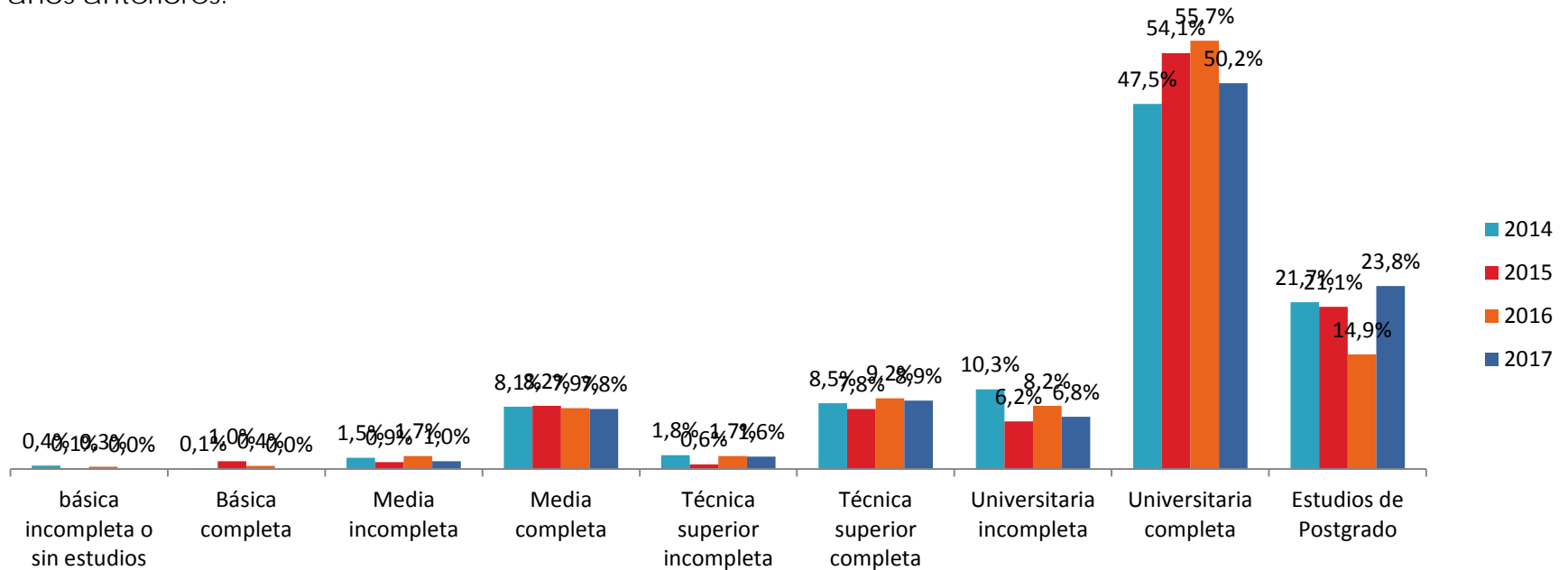
- El mayor porcentaje de personas en situación de discapacidad se concentra en las actividades de **Audiencias**, correspondiente a un 7,7%, seguido por los usuarios de **BiblioGAM** con un 5,2%, y **Música** con un 5,1%.
- El 100% de los públicos de funciones de **Danza**, **END** y **Comunidades** no declaran situación de discapacidad.
- Destaca que el 4,5% de los públicos de actividades de Audiencias tiene dificultad física y/o de movilidad, lo que se puede inferir es por el alto porcentaje de adultos mayores que asiste a estas actividades.

Situación de discapacidad	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Dificultad física y/o de movilidad	0,9%	0,4%	1,2%	-	4,0%	-	-	0,5%	-	3,5%	4,5%	-	1,2%
Mudez o dificultad en el habla	-	0,8%	-	0,8%	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	0,3%
Dificultad psiquiátrica	1,7%	-	-	-	-	-	-	0,5%	-	-	-	-	0,2%
Dificultad mental o intelectual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,6%	-	0,1%
Sordera o dificultad para oír aun usando audífonos	1,7%	0,4%	-	-	-	-	-	0,5%	-	1,8%	2,6%	-	0,7%
Ceguera o dificultad para ver aun usando lentes	0,9%	0,8%	-	-	-	-	-	0,5%	-	-	-	-	0,3%
No tiene ninguna condición permanente y/o de larga duración	94,8%	97,6%	98,8%	99,2%	96,0%	98,0%	100,0%	97,9%	100,0%	94,7%	92,3%	100,0%	97,2%



Nivel educacional*

Se observa un alto nivel de instrucción en el público asistente: de manera similar a los años anteriores, el 74,0% de los encuestados posee al menos educación universitaria completa. Un 23,8% del total de casos posee, además, estudios de postgrado, porcentaje que ha incrementado en comparación a años anteriores.



*Se excluyeron los casos que en la actualidad son de ocupación: escolares, estudiantes de pre-universitario y estudiante de educación superior



Nivel educacional según espacio*

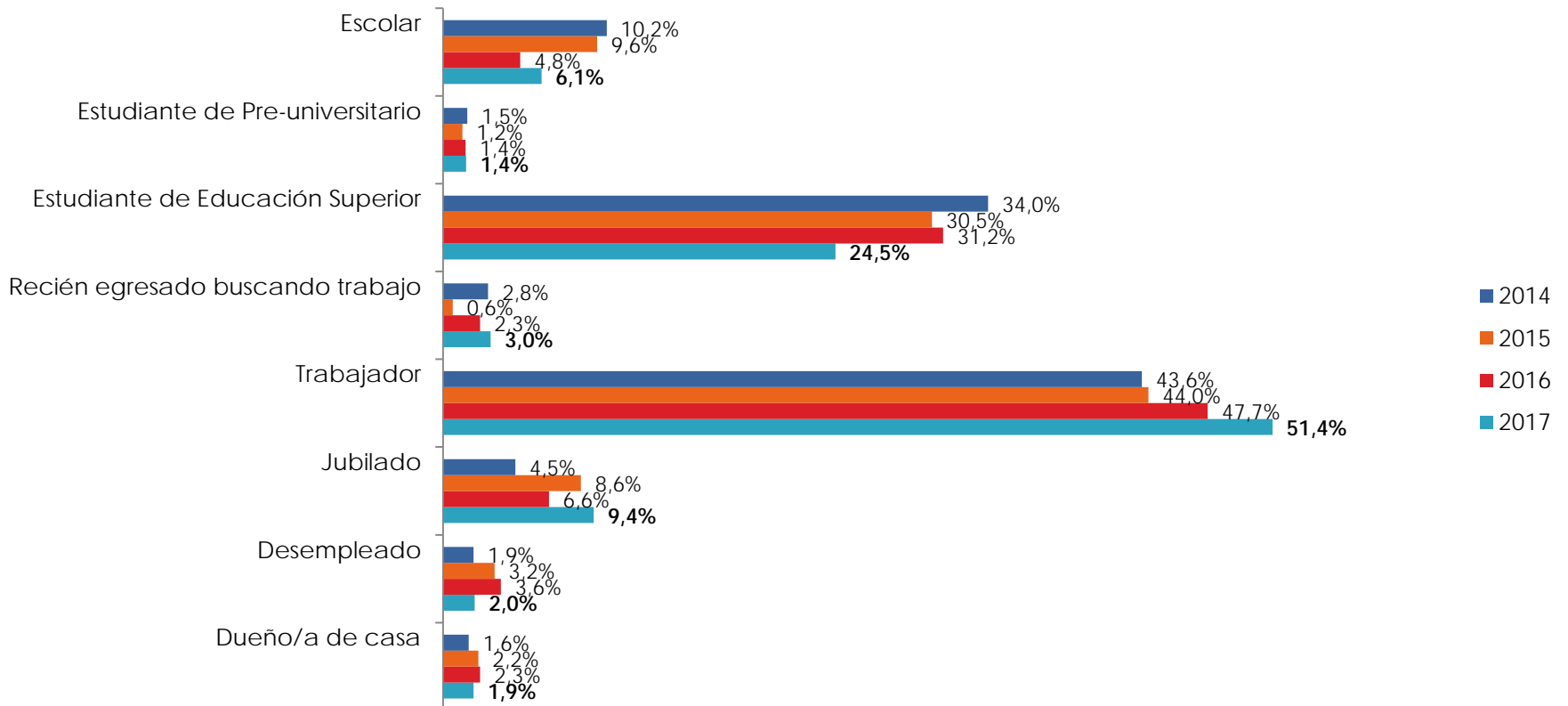
- Todos los espacios, a excepción de las **Danza, MAPA, y Comunidades**, siguen la tendencia general, es decir la mayoría poseen estudios universitarios completos, seguidos por quienes tienen estudios de postgrado.
- El nivel educacional de los visitantes de **Comunidades** es en un 43,3% de enseñanza media completa, este dato es el que difiere más respecto a la tendencia general.
- Destaca el alto nivel educacional de los público de la **Librería** (37,5% tiene estudios de postgrado).

Nivel educacional	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Básica incompleta o sin estudios	-	-	-	-	2,1%	-	-	0,7%	-	-	1,7%	-	0,4%
Básica completa	-	-	1,1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1%
Enseñanza media incompleta	-	3,0%	1,1%	-	2,1%	-	-	1,5%	-	-	3,3%	-	1,5%
Enseñanza media completa	11,5%	6,6%	11,7%	1,1%	4,3%	2,5%	2,8%	3,7%	5,7%	11,4%	11,7%	43,3%	8,1%
Técnica superior incompleta	1,6%	1,8%	2,1%	1,1%	2,1%	-	2,8%	1,5%	2,9%	2,9%	-	10,0%	1,8%
Técnica superior completa	16,4%	10,2%	12,8%	-	12,8%	5,0%	8,3%	7,4%	17,1%	5,7%	3,3%	13,3%	8,5%
Universitaria incompleta	18,0%	6,6%	9,6%	9,0%	2,1%	10,0%	11,1%	12,5%	17,1%	8,6%	12,5%	10,0%	10,3%
Universitaria completa	31,1%	54,8%	52,1%	55,1%	42,6%	45,0%	52,8%	50,7%	40,0%	54,3%	41,7%	16,7%	47,5%
Estudios de postgrado	21,3%	16,9%	9,6%	33,7%	31,9%	37,5%	22,2%	22,1%	17,1%	17,1%	25,8%	6,7%	21,7%

*Excluye a quienes en la actualidad son estudiantes (escolares, pre-universitario, educación superior)

Ocupación

Respecto a la ocupación, la mayor proporción corresponde a trabajadores, con un 51,4%, porcentaje mayor a los años anteriores para este tramo. Le siguen los estudiantes de educación superior que representan al 24,5%. En tercer lugar se encuentran los jubilados, con un 9,4%.





Ocupación según espacio

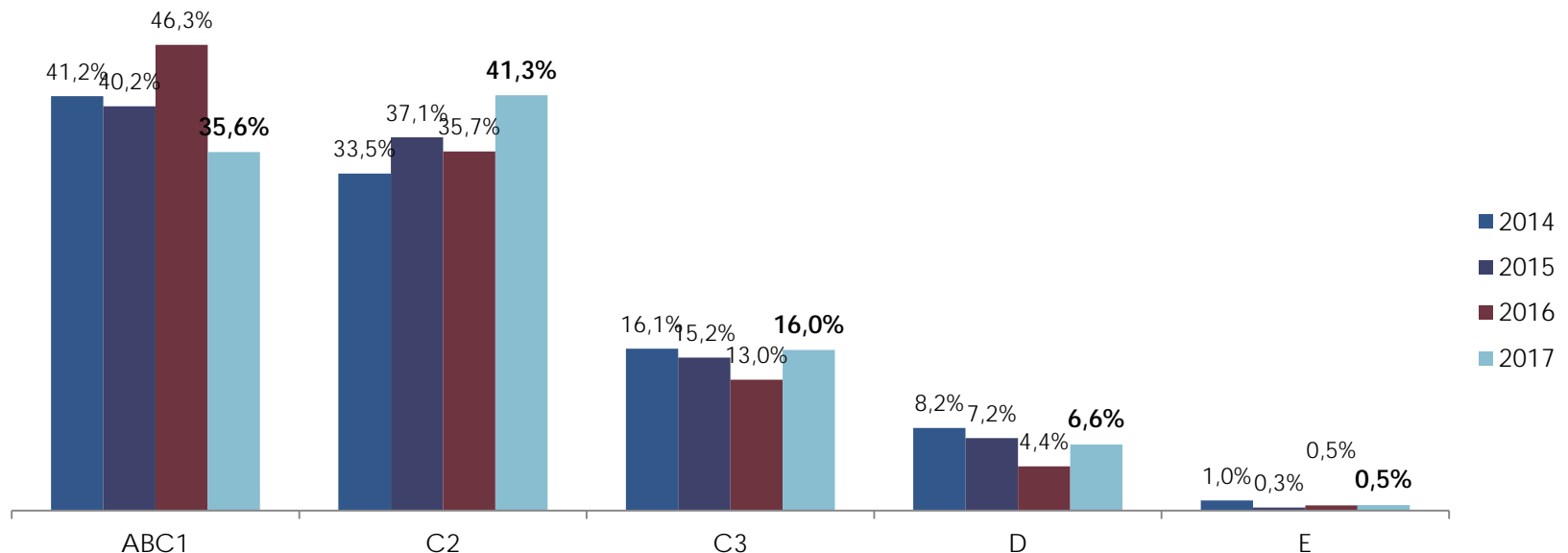
- **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, BiblioGAM, Café Público, Librería y** son los espacios que más se ajustan a la tendencia general, con un público principalmente trabajador, y en segundo lugar, estudiante de educación superior.
- Se destacan las tiendas Restorán, Librería y Café público, por estar muy por sobre el porcentaje general de ocupación trabajador (85,7%, 77,6%, 69,7% respectivamente)
- Las actividades de **Audiencias** concentran en primer lugar a público jubilado (50,9%), luego trabajadores (23,9%) y escolares (11,9%).
- Las Comunidades concentran en su mayoría estudiantes de educación superior (46,2%).

Ocupación	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total	
Escolar	3,4%	6,5%	8,4%	2,5%	2,0%	2,0%	6,0%	5,8%	6,0%	1,8%	11,9%	7,7%	6,1%
Estudiante de pre-universitario	9,5%	-	1,2%	,8%	-	-	-	1,1%	2,0%	-	1,3%	-	1,4%
Estudiante de educación superior	34,5%	26,3%	33,7%	23,8%	2,0%	16,3%	22,0%	21,6%	22,0%	36,8%	6,3%	46,2%	24,5%
Recién egresado buscando trabajo	6,9%	4,5%	3,0%	1,6%	4,1%	2,0%	6,0%	3,7%	-	-	-	-	3,0%
Trabajador	36,2%	53,0%	42,8%	69,7%	85,7%	77,6%	62,0%	61,1%	62,0%	54,4%	23,9%	41,5%	51,7%
Jubilado	6,9%	4,0%	3,6%	,8%	4,1%	2,0%	4,0%	4,2%	6,0%	3,5%	50,9%	-	9,4%
Desempleado	1,7%	2,8%	3,6%	,8%	-	-	-	2,1%	-	1,8%	1,3%	4,6%	2,0%
Dueño/a de casa	,9%	2,8%	3,6%	-	2,0%	-	-	,5%	2,0%	1,8%	4,4%	-	1,9%



Nivel socioeconómico

Este año se invierte la proporción de público según su nivel socioeconómico, siendo su mayoría el segmento C2 con un 41,3%, seguido del ABC1 con un 35,6%. También destaca el incremento de público C3 en 6 puntos porcentuales respecto al año anterior, de la misma manera el segmento D aumenta en un 2,2 puntos porcentuales. Por último, el segmento más empobrecido de la población (E), se mantiene similar respecto a años anteriores.





Nivel socioeconómico según espacio

- El público de **Artes escénicas** y **Audiencias** se ajustan a la tendencia general con una mayor proporción de público C2, seguido del segmento ABC1, también destaca que no presentan público del segmento más empobrecido.
- Las salas de exposiciones (SAV y MAPA) y **BiblioGAM**, si bien se ajustan a la tendencia, demuestran mayor variabilidad en los datos, distribuyéndose los segmentos C3, D y E por sobre la media general.
- Se observa que las tiendas, específicamente **Café público, Librería, y Restorán** concentran mayoritariamente público ABC1. La tienda END tiene igual proporción de público ABC1 y C2 (40,0%).
- Las **comunidades**, si bien presentan una mayor proporción de público C2, le siguen a diferencia de la tendencia general el tramo C3 y D con la misma proporción(23,1%), presentando la menor proporción de público ABC1 en comparación con los demás espacios. (18,5%).

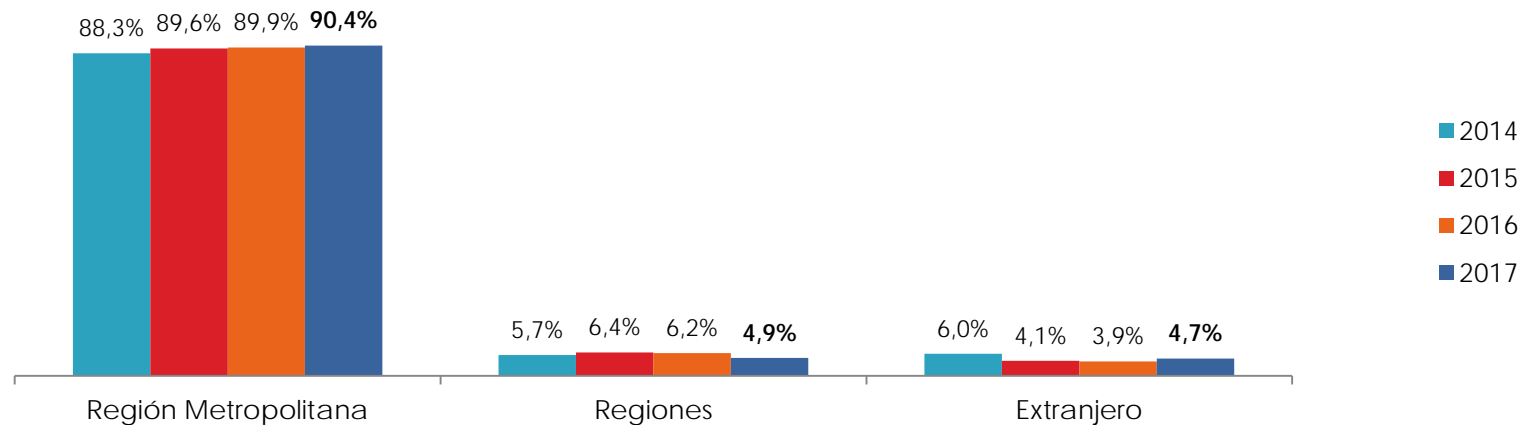
NSE	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
ABC1	33,6%	34,4%	30,7%	50,8%	49,0%	50,0%	40,0%	36,6%	22,9%	26,3%	35,4%	18,5%	35,6%
C2	34,6%	39,7%	42,2%	40,2%	38,8%	38,0%	40,0%	45,0%	54,2%	50,9%	41,0%	35,4%	41,3%
C3	22,4%	15,4%	18,7%	4,9%	10,2%	10,0%	16,0%	14,1%	16,7%	19,3%	20,1%	23,1%	16,0%
D	7,5%	9,7%	7,2%	3,3%	2,0%	2,0%	4,0%	4,2%	6,3%	3,5%	3,5%	23,1%	6,6%
E	1,9%	0,8%	1,2%	0,8%	-	-	-	-	-	-	-	-	0,5%



Región de procedencia

El 90,4% del público procede de la Región Metropolitana y un 4,9% de regiones, proporción baja en comparación a años anteriores.

Por otra parte, el porcentaje de extranjeros incrementa respecto al los últimos 3 años, correspondiendo al 4,7% de los públicos de GAM, en orden la mayoría de los públicos extranjeros provienen de Argentina (19,0%), Brasil (12,7%), México (11,1%) y Venezuela (11,1%).





Región de procedencia según región por espacio

- Para **Danza**, **BiblioGAM** y **Audiencias** no se presentan casos de públicos provenientes de otras regiones del país distinta a la Metropolitana. Por otra parte, el espacio en el que hay mayor porcentaje de público de regiones es la Sala MAPA con un 12,7%, seguido de la Sala de Artes Visuales (esta tendencia se repite respecto al año anterior).
- Sobre el público extranjero, destacan los porcentajes por sobre la media en las tiendas **END** (14,0%), **Librería** (10,0%) y **Restorán** (8,0%). La sala de **Artes Visuales** también convoca un alto porcentaje de público extranjero (10,1%).
- Por último, se debe mencionar que los espacios que tienen mayor porcentaje de público de la Región Metropolitana es el de **Audiencias** (100%) , y **Comunidades** (98,5%)

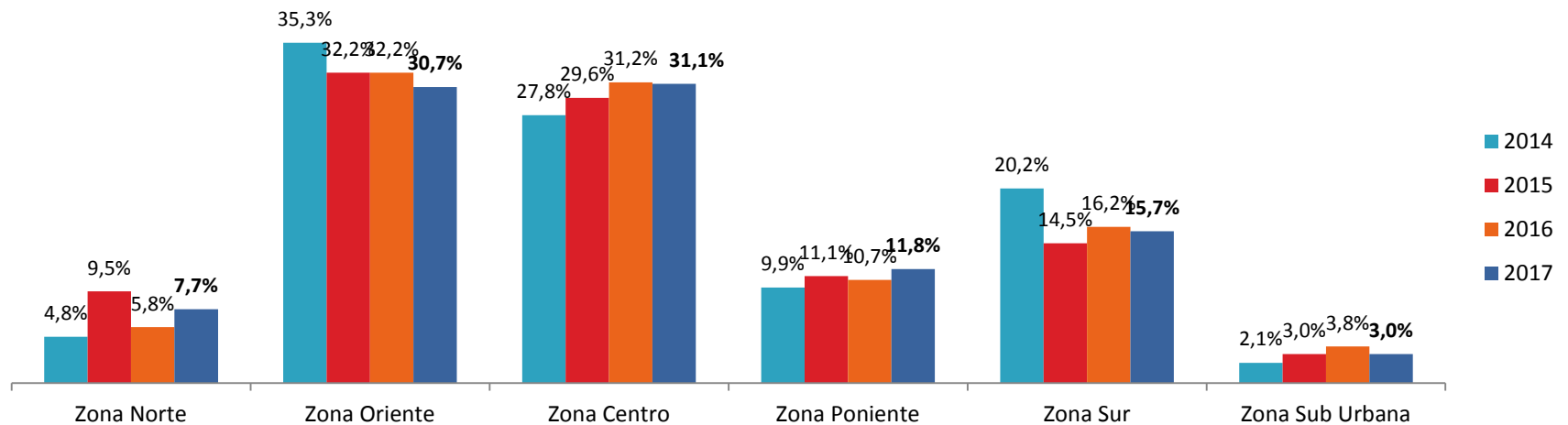
Región de procedencia	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Región Metropolitana	96,5%	80,2%	82,5%	95,9%	82,0%	84,0%	78,0%	96,3%	94,0%	96,5%	100,0%	98,5%	90,4%
Regiones	-	9,7%	12,7%	1,6%	10,0%	6,0%	8,0%	1,6%	-	3,5%	-	1,5%	4,9%
Extranjero	3,5%	10,1%	4,8%	2,5%	8,0%	10,0%	14,0%	2,1%	6,0%	-	-	-	4,7%



Procedencia según zona de la RM

Entre los visitantes de la Región Metropolitana, y de manera inversa a los años anteriores, predomina en primer lugar los que proceden de la zona centro, con un 31,1%; seguidos por los de la zona oriente, con un 30,7%.

En tercer lugar el público de la zona sur con un 15,7%, y los de la zona poniente con un 11,8%.





Procedencia según zona de la RM por espacio

- Para **Danza, Sala de Arte Popular, Café Público** y **END**, los resultados se ajustan a la tendencia general, con un público de la Región Metropolitana que procede en primer lugar de la zona centro, y luego de la zona oriente.
- En **Teatro, Música, Restorán, Librería** y **Audiencias**, la concentración en estas dos zonas se invierte, siendo más numerosos quienes provienen de la zona oriente y luego los de la zona centro.
- En **Comunidades** existe la mayor diversificación, proviniendo la mayoría de la zona poniente (26,6%), seguido por zona sur(23,4%), luego zona centro (18,8%), zona oriente (17,2%) y zona norte (10,2%).

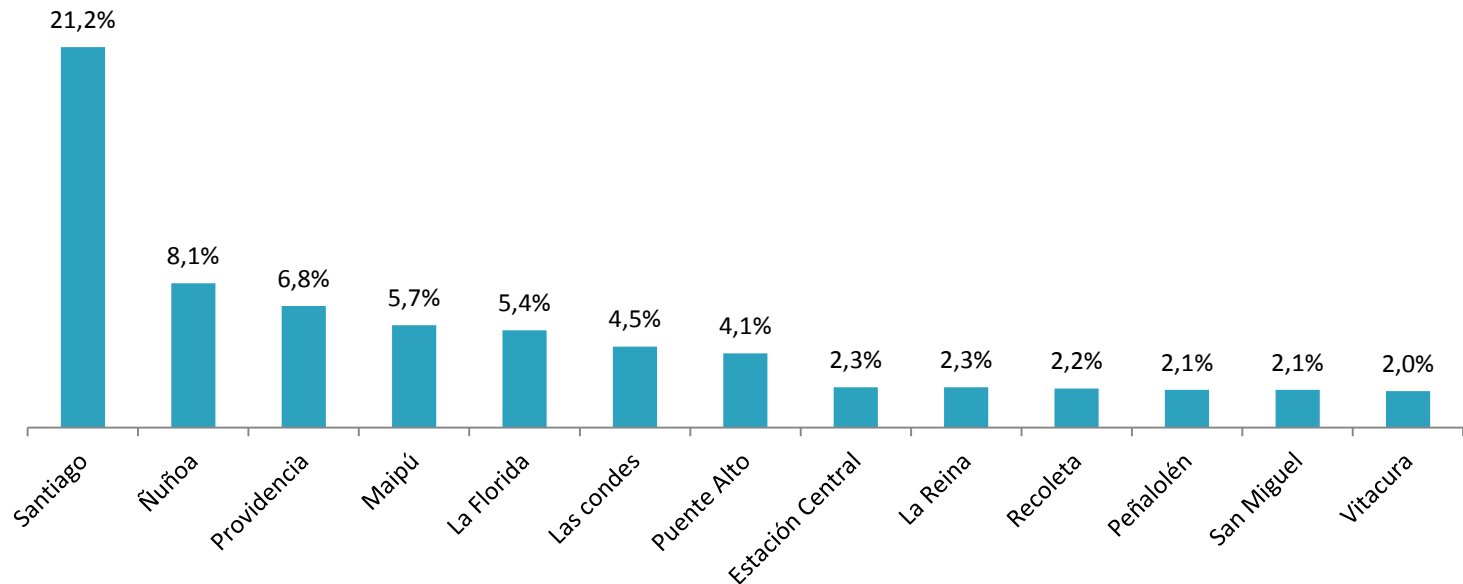
Zonas RM	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Zona norte	11,7%	8,0%	9,5%	3,4%	-	4,8%	2,6%	5,4%	10,6%	14,5%	7,9%	10,9%	7,7%
Zona oriente	18,0%	26,1%	24,8%	30,8%	46,3%	35,7%	25,6%	37,0%	27,7%	30,9%	44,8%	17,2%	30,7%
Zona centro	36,0%	25,6%	30,7%	45,3%	29,3%	33,3%	41,0%	32,1%	31,9%	29,1%	26,1%	18,8%	31,1%
Zona poniente	11,7%	14,1%	15,3%	8,5%	2,4%	9,5%	15,4%	8,7%	17,0%	10,9%	7,3%	26,6%	11,8%
Zona Sur	18,0%	22,6%	18,2%	7,7%	12,2%	14,3%	15,4%	15,8%	10,6%	10,9%	10,9%	23,4%	15,7%
Zona sub urbana	4,5%	3,5%	1,5%	4,3%	9,8%	2,4%		1,1%	2,1%	3,6%	3,0%	3,1%	3,0%



Procedencia según comunas de la RM

En cuanto a las comunas de procedencia, en primer lugar se encuentra con un alto porcentaje Santiago Centro con un 21,2%.

Le siguen en orden las comunas de Ñuñoa (8,1%), Providencia (6,8%), Maipú (5,7%), La Florida (5,4%). Cabe destacar que el 3,1% es residente del Barrio Lastarria.



*En el gráfico solo se muestran las comunas que obtuvieron desde 2,0% de representación.



Vecinos del Barrio Lastarria según espacio

- El **Café Público** es el espacio que recibe mayor proporción de vecinos del Barrio Lastarria con un 9,0%, seguido de **END** con un 6,0%, y público de Música con un 5,3%.
- Ni la **Librería**, ni las **Comunidades** presentan casos de vecinos.

Vecino Barrio Lastarria	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sí es vecino	5,2%	1,6%	2,4%	9,0%	4,0%	-	6,0%	1,6%	2,0%	5,3%	2,4%	-	3,1%
No es vecino	94,8%	98,4%	97,6%	91,0%	96,0%	100,0%	94,0%	98,4%	98,0%	94,7%	97,6%	100,0%	96,9%

Hábitos y prácticas culturales

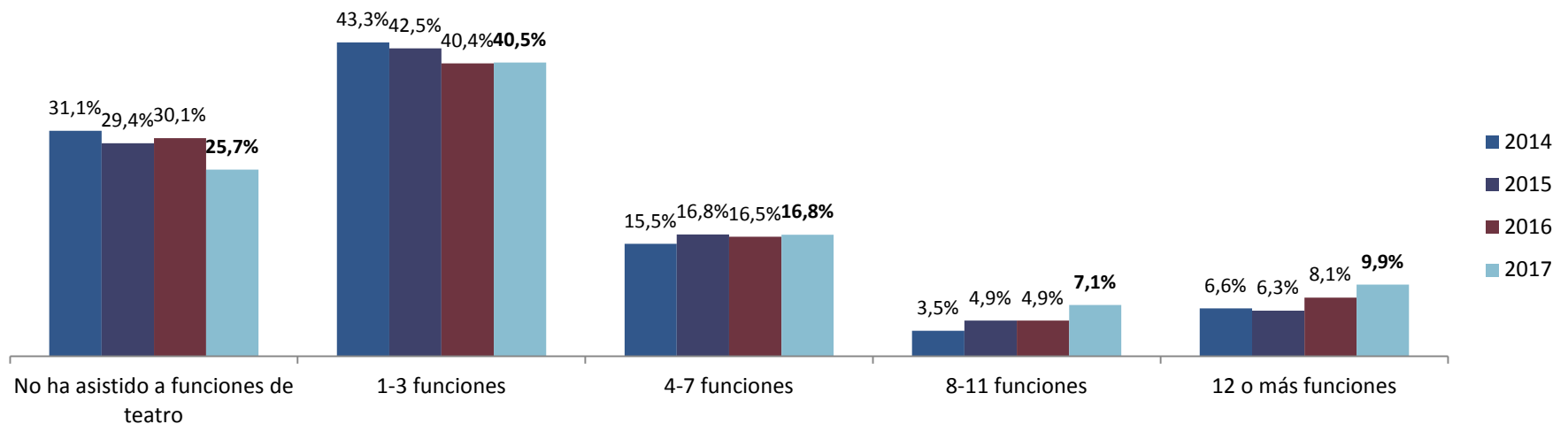


Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses

Un 74,3% de los visitantes ha asistido al teatro al menos 1 vez en los últimos 12 meses, es decir un 25,7% no ha asistido.

Aunque la mayoría ha asistido a espectáculos teatrales en el último año, predomina el tramo de menor frecuencia de asistencia: un 40,5% asistió de 1 a 3 funciones, y un 33,8% ha asistido más de 3 veces.

Si bien los resultados son similares a los años anteriores, destaca el incremento constante de quienes han asistido entre 8 y 11 funciones, y los que han asistido más de 12 veces.





Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses según espacio

- El público de las funciones de **Teatro** ha asistido en mayor medida a funciones de teatro en los últimos 12 meses, (un 94,2% ha asistido), además el 29,3% declara haber asistido más de 12 veces. Le sigue los espectadores de Danza con un 89%, seguido de los públicos de **Audiencias** con un 85,1%. MAPA y las Comunidades concentran la mayor proporción de público que no ha asistido a espectáculos de teatro en los últimos 12 meses (45,2% y 41,5% respectivamente).

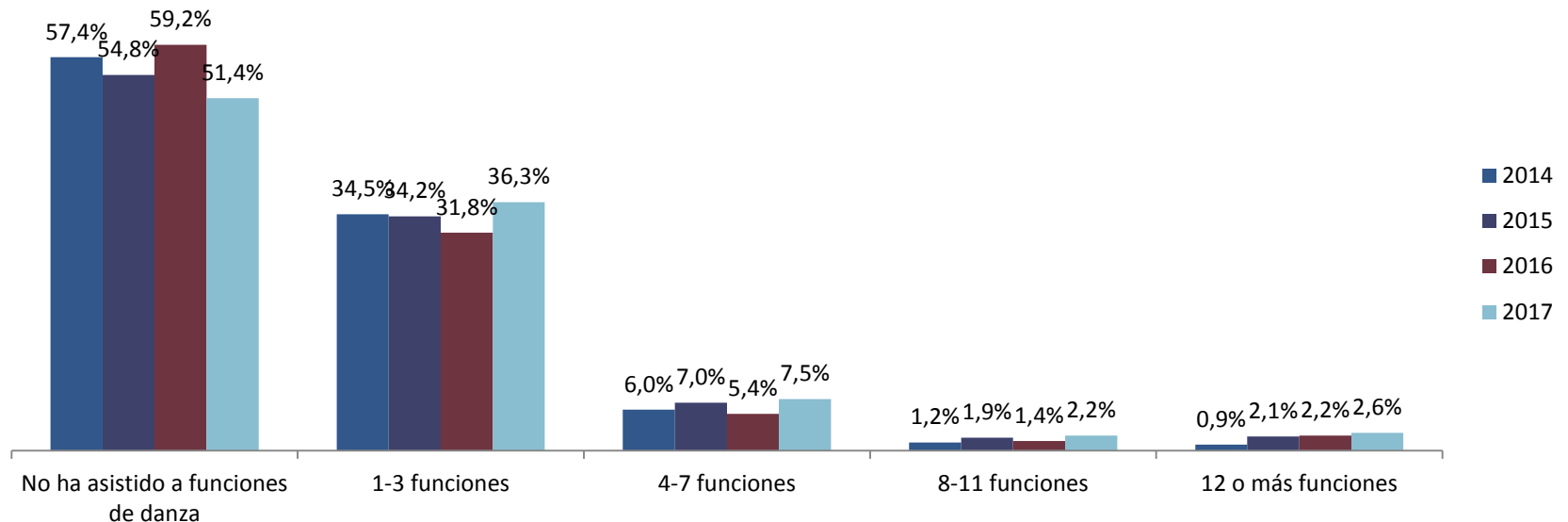
Asistencia a funciones de teatro en los últimos 12 meses	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido	29,8%	33,5%	45,2%	22,1%	26,0%	24,0%	28,0%	5,8%	14,0%	22,8%	14,9%	41,5%	25,7%
1 a 3 veces	47,4%	45,6%	32,5%	32,0%	50,0%	40,0%	50,0%	32,5%	46,0%	54,4%	39,0%	43,1%	40,5%
4 a 7 veces	16,7%	11,3%	10,8%	22,1%	14,0%	18,0%	14,0%	24,1%	14,0%	15,8%	24,0%	10,8%	16,8%
8 a 11 veces	4,4%	4,8%	5,4%	9,8%	8,0%	6,0%	6,0%	8,4%	6,0%	7,0%	13,6%	1,5%	7,1%
12 o más veces	1,8%	4,8%	6,0%	13,9%	2,0%	12,0%	2,0%	29,3%	20,0%		8,4%	3,1%	9,9%



Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses

La mayoría de los visitantes, correspondiente al 51,4%, no ha asistido a funciones de danza en los últimos 12 meses, porcentaje que ha disminuido respecto a años anteriores.

Un 36,3% ha asistido entre 1 a 3 veces a funciones de danza, en menor porcentaje quienes han asistido 4 a 7 veces (7,5%), seguido de quienes han asistido 12 veces o más (2,6%).





Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses según espacio

- Público de Teatro, **Danza, Comunidades y Audiencias** se caracterizan por presentar un público que en su mayoría ha asistido a espectáculos de danza en los últimos 12 meses.
- Se destaca en especial el público de **Comunidades** quienes presentan una mayor frecuencia de asistencia a espectáculos de danza: un 78,5% ha asistido al menos 1 vez, y un 12,3% ha asistido 12 veces o más en los últimos 12 meses.
- Público de la **Librería, Café Público y END** son los que presentan porcentajes más altos en cuanto a la no asistencia.

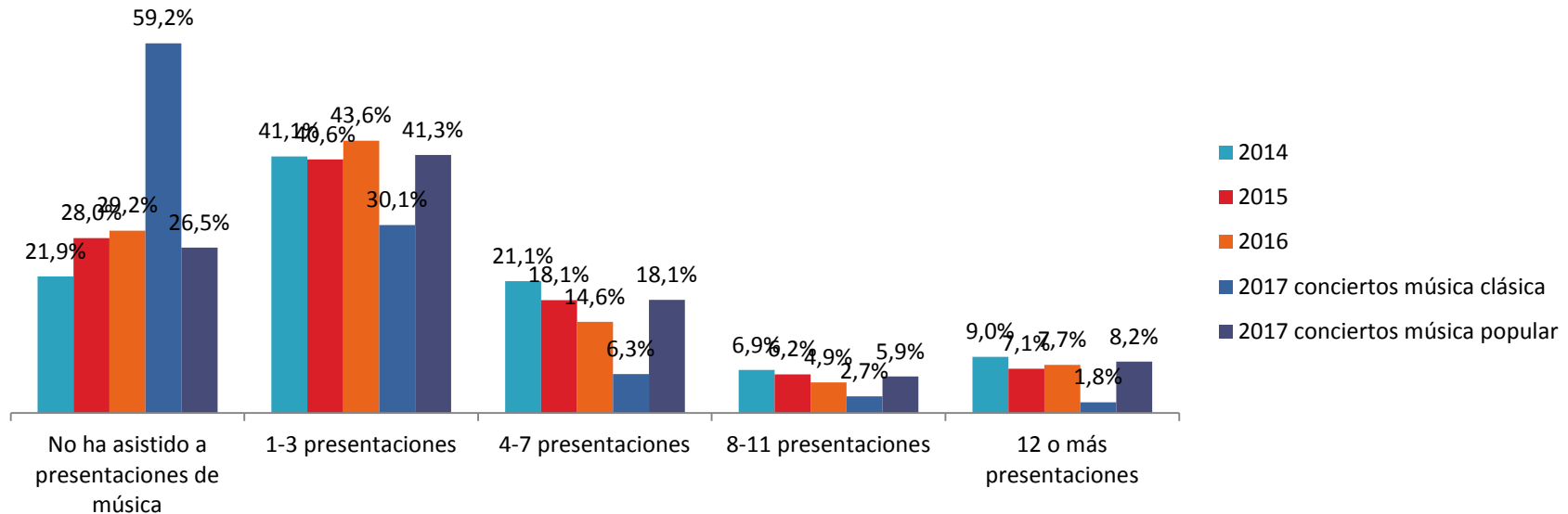
Asistencia a funciones de danza en los últimos 12 meses	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido	52,3%	56,5%	64,5%	51,6%	60,0%	64,0%	60,0%	47,6%	22,0%	50,9%	45,8%	21,5%	51,4%
1 a 3 veces	43,2%	30,6%	28,3%	42,6%	30,0%	28,0%	36,0%	36,1%	54,0%	43,9%	39,9%	36,9%	36,3%
4 a 7 veces	3,6%	7,3%	4,8%	2,5%	8,0%	4,0%	4,0%	10,5%	10,0%	5,3%	13,1%	15,4%	7,5%
8 a 11 veces	0,9%	2,0%	,6%	1,6%	2,0%	4,0%	-	2,6%	2,0%	-	1,3%	13,8%	2,2%
12 o más veces	-	3,6%	1,8%	1,6%	-	-	-	3,1%	12,0%	-	-	12,3%	2,6%



Asistencia a presentaciones de música en los últimos 12 meses

Este año, se preguntó de forma separa por la asistencia a conciertos de música clásica y música popular. Destaca que un 59,2% no ha asistido a conciertos de música clásica en los últimos 12 meses, porcentaje bastante mayor en comparación a quienes no han asistido a conciertos de música popular (26,5%).

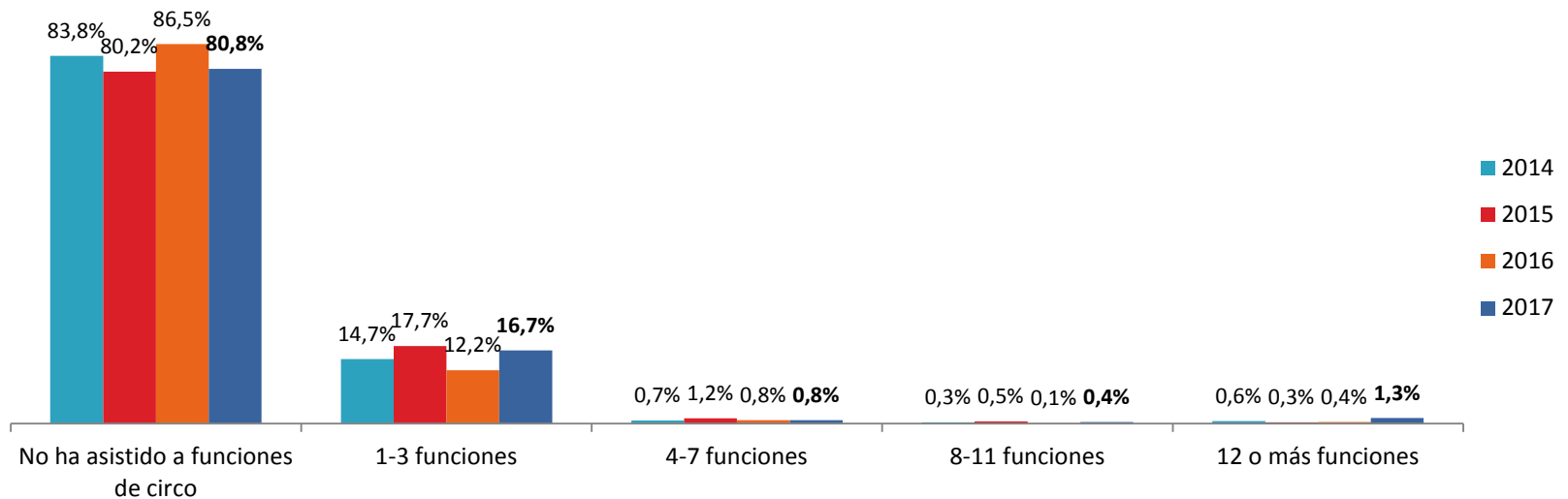
Un 41,3% asistió entre 1 a 3 veces a conciertos de música popular, un 18,1% entre 4 y 7 veces, y un 8,2% asistió 12 veces o más. Los porcentajes de asistencia a conciertos de música clásica son menores en comparación con otras disciplinas (teatro y danza) un 30,1% ha asistido entre 1 a 3 veces.





Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses

La gran mayoría de los visitantes, correspondiente al 80,8%, no ha asistido a funciones de circo en los últimos 12 meses, cifra que disminuye respecto al año anterior. Le sigue con menor porcentaje (16,7%) quienes han asistido entre 1 a 3 veces. Es marginal el porcentaje correspondiente a quienes han asistido más de 4 veces al circo.





Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses según espacio

- Se puede decir que el público de las **Comunidades** (29,2%), la **Librería** (28,0%), **BiblioGAM** (24,5%) y **Audiencias** (23,7%) son los que presentan mayor asistencia al circo en comparación con los otros espacios.
- Por otra parte, los públicos de **Restorán** y **Música** son los que tienen una menor proporción de asistencia (12,2% y 12,3% respectivamente).

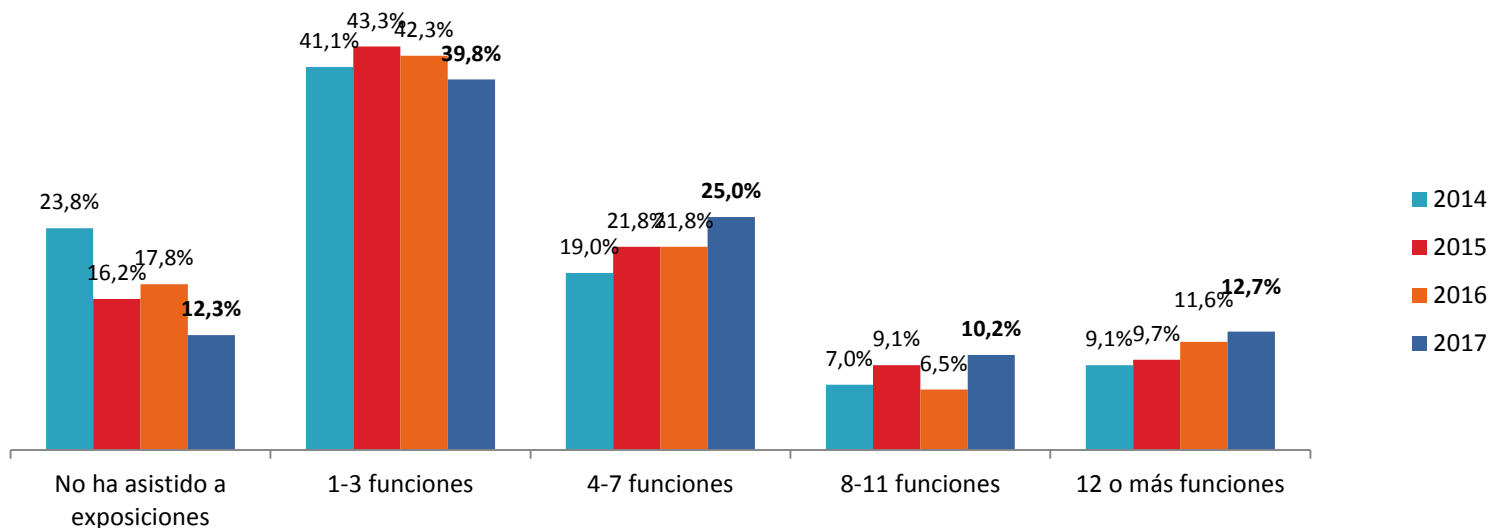
Asistencia a funciones de circo en los últimos 12 meses	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
No ha asistido	75,5%	83,1%	83,7%	83,6%	87,8%	72,0%	80,0%	82,2%	82,0%	87,7%	76,3%	70,8%	80,8%
1 a 3 veces	23,6%	13,7%	15,7%	12,3%	10,2%	28,0%	16,0%	17,3%	18,0%	12,3%	23,7%	9,2%	16,7%
4 a 7 veces	0,9%	,8%					4,0%	0,5%		-	-	6,2%	0,8%
8 a 11 veces	-	,8%	-	0,8%	2,0%	-	-	-	-	-	-	1,5%	0,4%
12 o más veces	-	1,6%	0,6%	3,3%	-	-	-	-	-	-	-	12,3%	1,3%



Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses

Un 87,7% de los visitantes ha asistido a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses, cifra que ha aumentado en los últimos años, solo un 12,3% dice no haber asistido.

En cuanto a la cantidad de asistencias, se observa para los tramos de mayor frecuencia un incremento porcentual: un 25% ha asistido entre 4 a 7 exposiciones, un 10,2% ha asistido entre 8 y 11 exposiciones, y un 12,7% declara haber asistido 12 veces o más.





Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses según espacio

- Como es de esperar, el público de la sala de **Artes Visuales** y de la Sala de **Arte Popular** ha asistido en mayor proporción a exposiciones de artes visuales (96,0% y 92,2% respectivamente), le sigue el **Café Público** con 91,8%. No se consideró la exposición que estaban viendo al momento de la encuesta.
- Sobre la frecuencia destaca **END**, el 20% ha asistido 12 veces o más exposiciones.
- Por otra parte, las **Comunidades** registran un mayor porcentaje de no asistencia a exposiciones, el 30,8% declaró no haber asistido en los últimos 12 meses a una exposición de artes visuales.

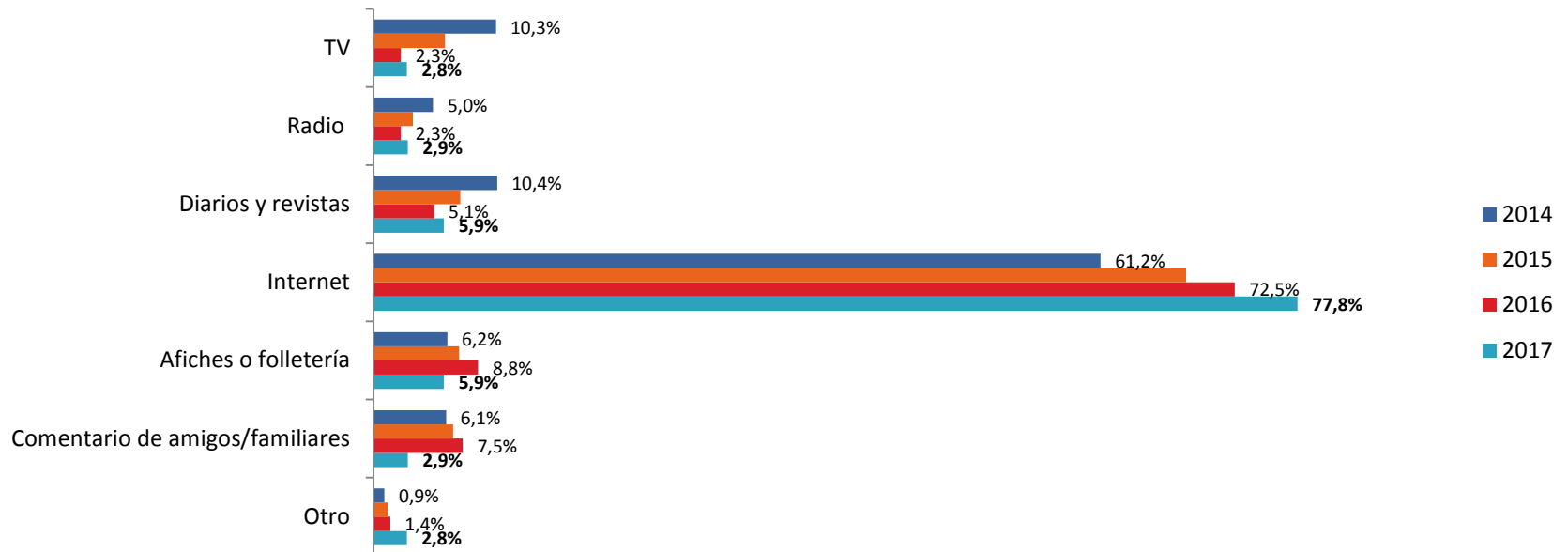
Asistencia a exposiciones de artes visuales en los últimos 12 meses	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audencias	Comunidades	Total
No ha asistido	14,3%	4,0%	7,8%	8,2%	24,0%	12,0%	10,0%	16,2%	30,0%	12,3%	11,2%	30,8%	12,3%
1 a 3 veces	41,1%	35,1%	39,8%	33,6%	42,0%	36,0%	36,0%	42,9%	34,0%	49,1%	46,7%	41,5%	39,8%
4 a 7 veces	27,7%	29,4%	21,7%	32,8%	14,0%	28,0%	26,0%	21,5%	24,0%	21,1%	27,6%	10,8%	25,0%
8 a 11 veces	8,9%	18,1%	10,8%	9,8%	6,0%	10,0%	8,0%	7,3%	4,0%	5,3%	9,2%	6,2%	10,2%
12 o más veces	8,0%	13,3%	19,9%	15,6%	14,0%	14,0%	20,0%	12,0%	8,0%	12,3%	5,3%	10,8%	12,7%



Principal medio de información sobre actividades culturales

La mayoría del público (77,8%) declara que el principal medio utilizado para informarse sobre espectáculos artísticos y actividades culturales en general corresponde a internet. Se observa, que este porcentaje se ha ido incrementado año a año, mientras que otros medios disminuyen como alternativa principal de información: diarios y revistas (5,9%), Afiches y folletería (5,9%), comentarios de amigos y familiares (2,9%).

En general el resto de los medios concentran porcentajes muy inferiores.





Principal medio de información sobre actividades culturales según espacio

- En todos los espacios el mayor porcentaje de público es el que indica que internet es su principal medio de información sobre actividades culturales, para algunos espacios este porcentaje alcanza casi la totalidad de los casos: **Comunidades** 92,3%, **Café Público** 90,2%, **Restorán** 90,0%.
- Sin embargo, en las actividades de **Audiencias**, si bien internet es el medio que alcanza el primer lugar (36,8%), existen porcentajes significativos de público que declara que su principal medio es Diarios y revistas (27,2%) y radio (14,4%).

Medio de información sobre actividades culturales	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
TV	4,3%	2,8%	3,6%	-	4,0%	2,0%	2,0%	2,1%	4,1%	-	5,6%	1,5%	2,8%
Radio	2,6%	3,6%	-	,8%	2,0%	-	-	1,1%	-	5,3%	14,4%	-	2,9%
Diarios y revistas	7,8%	3,2%	3,6%	2,5%	2,0%	8,0%	4,0%	3,7%	4,1%		27,2%	-	5,9%
Internet	67,2%	79,8%	80,1%	90,2%	90,0%	84,0%	88,0%	82,1%	83,7%	86,0%	36,8%	92,3%	77,8%
Afiches o folletería	8,6%	4,5%	6,6%	4,1%	-	4,0%	-	3,2%	2,0%	5,3%	4,8%	6,2%	4,6%
Comentarios de amigos o familiares	7,8%	5,7%	4,8%	2,5%	2,0%	-	4,0%	7,4%	4,1%	3,5%	8,0%	-	5,1%
Otros	1,7%	0,4%	1,2%	-	-	2,0%	2,0%	0,5%	2,0%	-	3,2%	-	1,0%

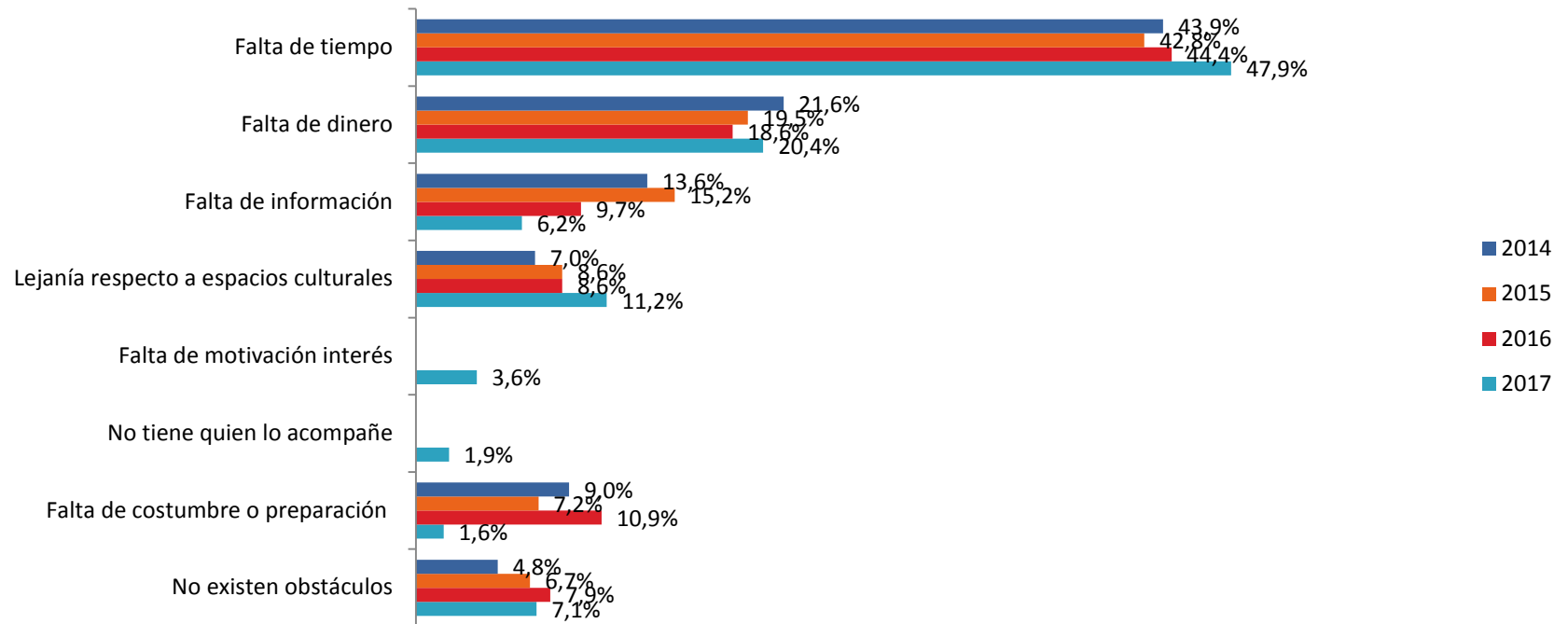


Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones

El principal obstáculo señalado por el público para asistir a espectáculos y exposiciones, al igual que en años anteriores, corresponde a la *falta de tiempo* (47,9%), seguida de la *falta de dinero* (20,4%). Estos dos porcentajes se ven en aumento.

Sin embargo la tercera mayoría, con un 11,2% es la *lejanía respecto a espacios culturales*, lugar que años anteriores correspondía al obstáculo *falta de costumbre o preparación*, el cual hoy obtiene solo un 5,2% (sumando las alternativas: *falta motivación o interés* 3,6% y *falta de costumbre o preparación* 1,6%).

Destaca también la disminución constante del porcentaje que señala como obstáculo la *falta de información*.





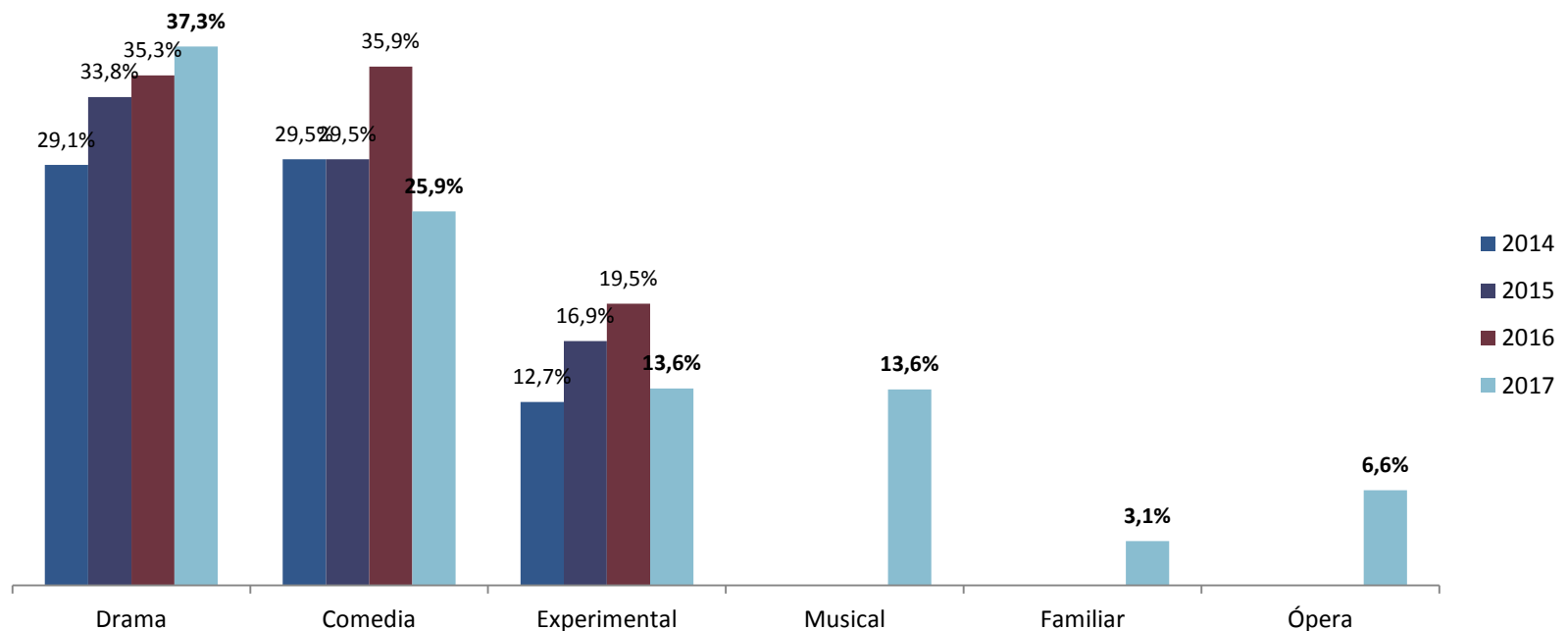
Obstáculos para asistir a espectáculos y exposiciones según espacio

- A excepción el público de la Librería y Audiencias, todos los espacios se ajustan a los resultados generales, con un mayor porcentaje de público que declara que su principal obstáculo para asistir a espectáculos y exposiciones es la falta de tiempo, seguida de la falta de dinero.
- El principal obstáculo para los públicos de actividades de **Audiencias**, es en primer lugar y con el mismo porcentaje (24,2%) es la falta de dinero y no existen obstáculos, y en segundo lugar se ubica la falta de tiempo (22,6%).
- Para **Librería** el segundo obstáculo, después de la falta de tiempo, es la lejanía respecto a espacios culturales (18,0%).

Obstáculos para la asistencia	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Falta de tiempo	43,1%	40,1%	54,9%	60,7%	68,0%	52,0%	50,0%	48,4%	64,0%	50,0%	22,6%	56,9%	47,9%
Falta de dinero	25,9%	18,2%	12,8%	13,9%	10,0%	14,0%	28,0%	28,4%	16,0%	25,0%	24,2%	26,2%	20,4%
Falta de información	6,9%	8,5%	7,9%	8,2%		2,0%	4,0%	7,9%	2,0%	3,6%	4,0%	3,1%	6,2%
Lejanía respecto a espacios culturales	7,8%	16,6%	12,2%	7,4%	12,0%	18,0%	10,0%	6,3%	8,0%	10,7%	15,3%	6,2%	11,2%
Falta de motivación o interés	8,6%	4,5%	2,4%	3,3%	4,0%	6,0%	2,0%	1,1%	10,0%	1,8%	8%	3,1%	3,6%
No tiene quién lo acompañe	1,7%	2,4%	1,8%	-	-	4,0%	2,0%	0,5%	-	1,8%	7,3%	-	1,9%
Falta de costumbre preparación o entendimiento	2,6%	2,8%	2,4%	8%	-	-	2,0%	0,5%	-	-	1,6%	3,1%	1,6%
No existen obstáculos	3,4%	6,9%	5,5%	5,7%	6,0%	4,0%	2,0%	6,8%		7,1%	24,2%	1,5%	7,1%

Género teatral preferido

La mayor parte, un 37,3% prefiere de género teatral el drama, tendencia que se ve en aumento en comparación con años anteriores. La segunda preferencia sigue siendo la comedia con un 25,9% porcentaje que disminuye significativamente respecto al año anterior, lo que se puede deber a la incorporación de nuevas alternativas de respuesta. Tanto el teatro experimental, como el teatro musical obtienen un 13,6% de preferencia, seguido de la ópera con un 6,6% y por último el teatro familiar con un 3,1%.





Género teatral preferido según espacio

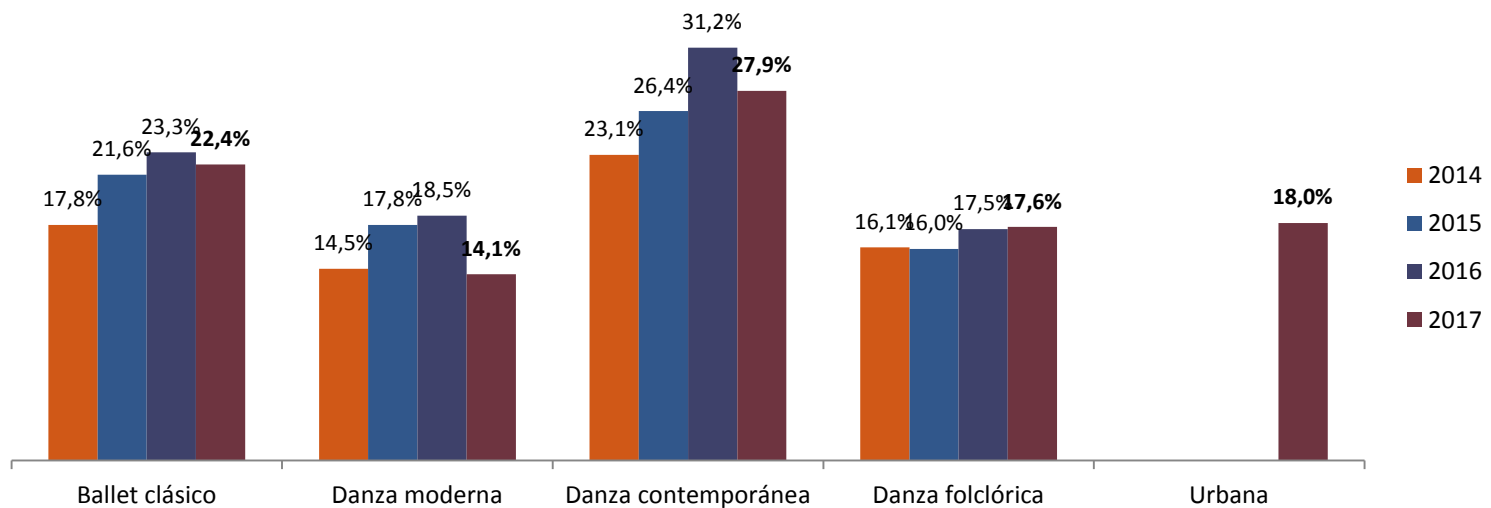
- Todos los espacios se ajustan a los resultados generales, con una mayor preferencia por el drama, seguida por la comedia, a excepción del público de **Danza, Restorán y Comunidades**
- En **Danza** la preferencia es por el teatro experimental (28,0%), seguidos con el mismo porcentaje el drama y la comedia (20,0%).
- Las **Comunidades** Tienen como preferencia la comedia (33,8%), seguida por el teatro musical (23,1%). El público de **Restorán** también prefiere la comedia (38,8%), antes que el drama (36,7%).
- En **Música y Audiencias**, destacan los porcentajes que prefieren la ópera (17,9% y 15,6% respectivamente).

Género teatral de preferencia	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Drama	39,5%	34,4%	34,9%	45,9%	36,7%	42,0%	36,0%	52,1%	24,0%	25,0%	34,0%	16,9%	37,3%
Comedia	19,3%	25,1%	30,7%	22,1%	38,8%	28,0%	32,0%	23,2%	24,0%	19,6%	25,9%	33,8%	25,9%
Experimental	7,9%	18,2%	12,7%	11,5%	8,2%	14,0%	18,0%	10,0%	28,0%	19,6%	8,2%	20,0%	13,6%
Musical	19,3%	12,1%	13,9%	12,3%	6,1%	8,0%	6,0%	10,5%	20,0%	17,9%	15,0%	23,1%	13,6%
Familiar	5,3%	3,6%	3,6%	3,3%	6,1%	2,0%	4,0%	1,6%	2,0%	-	1,4%	4,6%	3,1%
Ópera	8,8%	6,5%	4,2%	4,9%	4,1%	6,0%	4,0%	2,6%	2,0%	17,9%	15,6%	1,5%	6,6%



Tipo de danza preferido

El mayor porcentaje de los encuestados declara preferir la danza contemporánea (27,9%), seguido de quienes se inclinan por el ballet clásico (22,4%), ambas preferencias presentan una baja en sus porcentajes respecto a años anteriores. En tercer lugar, y como una alternativa nueva de respuesta, se ubica la danza urbana con un 18,0% de preferencia.





Tipo de danza preferido según espacio

- En **Teatro**, Sala de **Artes Visuales**, **Café público**, la primera preferencia la constituye la danza contemporánea y en segundo lugar Ballet clásico, es decir acorde a la tendencia general.
- El público de **Danza**, presenta el más alto porcentaje de preferencia para danza contemporánea, sin embargo su segunda preferencia es la danza folklórica (22,4%).
- Para **Audiencias** y **Restorán**, la primera preferencia es el Ballet clásico (40,0% y 37,5% respectivamente).

Género danza de preferencia	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Ballet clásico	21,3%	21,5%	15,1%	27,5%	37,5%	16,0%	16,0%	20,5%	10,2%	21,8%	40,0%	10,8%	22,4%
Danza moderna	13,0%	11,8%	13,9%	10,8%	27,1%	18,0%	10,0%	13,2%	12,2%	9,1%	24,1%	7,7%	14,1%
Danza contemporánea	26,9%	25,6%	24,7%	29,2%	16,7%	30,0%	32,0%	39,5%	49,0%	32,7%	16,6%	20,0%	27,9%
Danza folklórica	16,7%	21,5%	22,9%	15,0%	10,4%	20,0%	24,0%	15,8%	22,4%	25,5%	10,3%	6,2%	17,6%
Danza urbana	22,2%	19,5%	23,5%	17,5%	8,3%	16,0%	18,0%	11,1%	6,1%	10,9%	9,0%	55,4%	18,0%

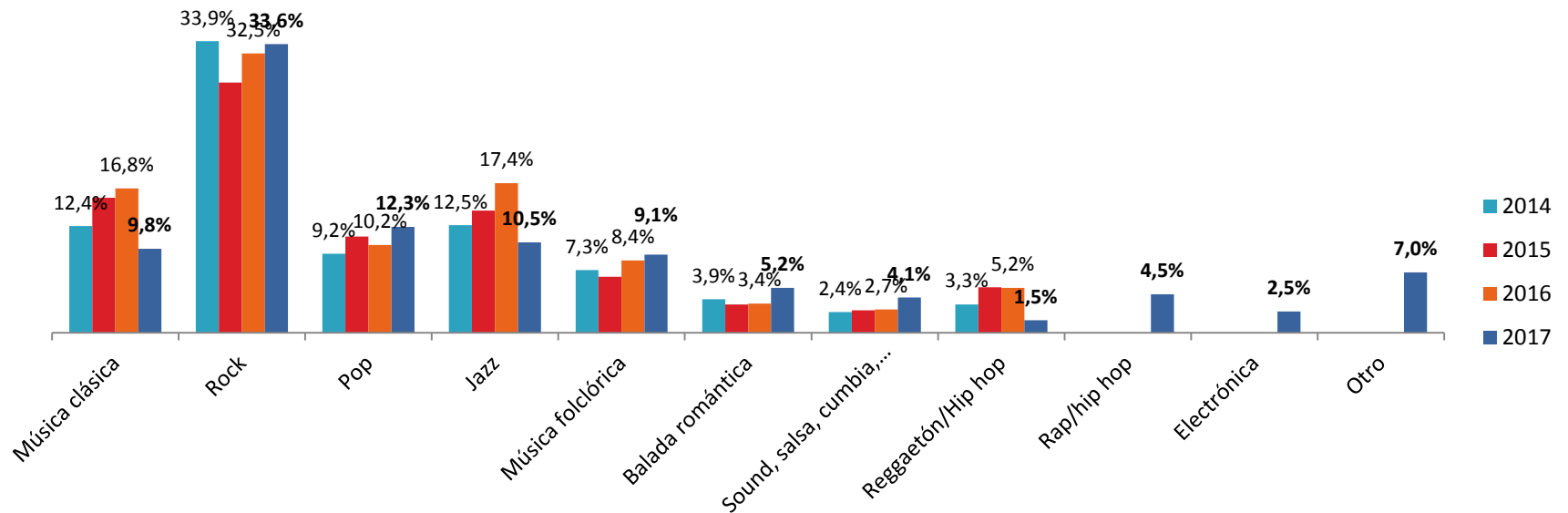


Género musical preferido

El género musical preferido por el público sigue siendo el rock (33,6%), y en segundo lugar el pop (12,3%), ambos incrementan su porcentaje respecto al año anterior. Esta vez, la encuesta incluyó la alternativa abierta "otro género musical, indique cuál", esto permitió diversificar las respuestas alterando las proporciones respecto a años anteriores.

La tercera preferencia con un 10,5% es el jazz, seguida por la música clásica con un 9,8%.

Dentro del 7% de "otros", se encuentra, la música indie, el raggae/dancehall, el bossa y el metal.





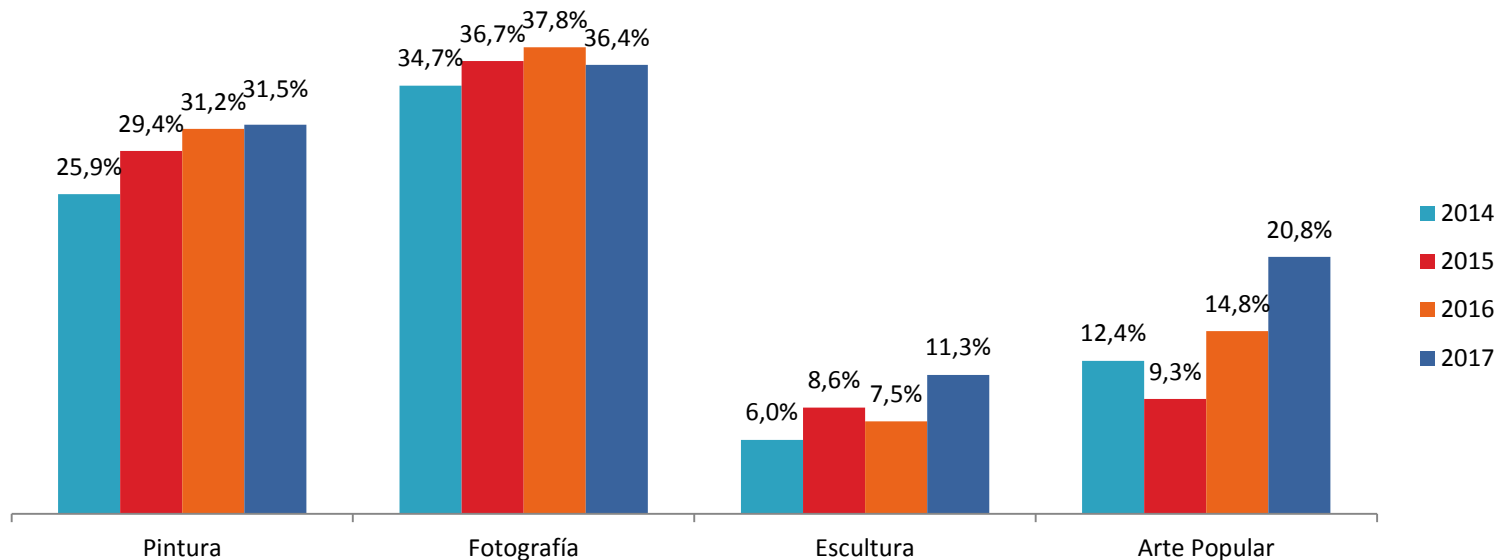
Género musical preferido según espacio

- La mayoría de los espacios siguen la tendencia general teniendo como preferencia el rock, a excepción de: **Danza** que comparte la primera preferencia tanto el rock y el Jazz (22,0%); **Audiencias** que tiene como primera preferencia la música clásica (39,9%); y las **Comunidades** donde la preferencia es "otros" (26,2%, correspondiente a dancehall, raggae, k-pop, principalmente).
- Para el público de **Música**, si bien su preferencia es el Rock (29,8%), la música clásica alcanza un porcentaje significativo (21,1%), así también la música folclórica (17,5%).

Género musical de preferencia	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Resto rán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Música clásica	10,8%	5,7%	2,4%	4,1%	8,0%	10,0%	2,0%	4,2%	4,0%	21,1%	39,9%	4,6%	9,8%
Rock	35,1%	39,2%	38,6%	47,5%	44,0%	40,0%	40,0%	36,3%	22,0%	29,8%	7,0%	15,4%	33,6%
Jazz	10,8%	7,8%	10,8%	11,5%	10,0%	14,0%	14,0%	12,6%	22,0%	15,8%	6,3%	3,1%	10,5%
Música folclórica	6,3%	9,4%	7,8%	4,9%	2,0%	12,0%	6,0%	11,6%	12,0%	17,5%	13,3%	3,1%	9,1%
Balada romántica	6,3%	3,3%	6,6%	2,5%	12,0%	-	6,0%	5,3%	8,0%	-	11,2%	-	5,2%
Sound, salsa, cumbia, bachata	6,3%	1,6%	3,0%	2,5%	4,0%	8,0%	4,0%	4,7%	2,0%	1,8%	2,1%	18,5%	4,1%
Pop	9,9%	13,5%	11,4%	15,6%	14,0%	12,0%	12,0%	16,3%	20,0%	5,3%	7,0%	7,7%	12,3%
Reggaetón	0,9%	2,4%	3,0%	-	-	-	-	,5%	-	-	4,2%	-	1,5%
Rap/hip hop	7,2%	5,3%	2,4%	5,7%	-	-	8,0%	1,6%	4,0%	-	2,1%	21,5%	4,5%
Electrónica	2,7%	4,1%	4,8%	0,8%	2,0%	2,0%	4,0%	2,1%	4,0%	-	-	-	2,5%
Otros	3,6%	7,8%	9,0%	4,9%	4,0%	2,0%	4,0%	4,7%	2,0%	8,8%	7,0%	26,2%	7,0%

Tipo de exposición preferida

El tipo de exposición preferida por los públicos corresponde a las de fotografía (36,4%), porcentaje que disminuye marginalmente respecto al año anterior. Le sigue como segunda preferencia las exposiciones de pintura (31,5%), y luego las de arte popular (20,8%), esta última muestra un incremento considerable en los últimos años.





Tipo de exposición preferida según espacio

- A diferencia de los demás espacios, los públicos de **Música** y **Audiencias** muestran como primera preferencia las exposiciones de pintura (43,9% y 59,8% respectivamente).
- Las **Comunidades**, si bien tienen como primera preferencia las exposiciones de fotografía, la segunda preferencia son las exposiciones de arte popular con un porcentaje significativo (33,8%).

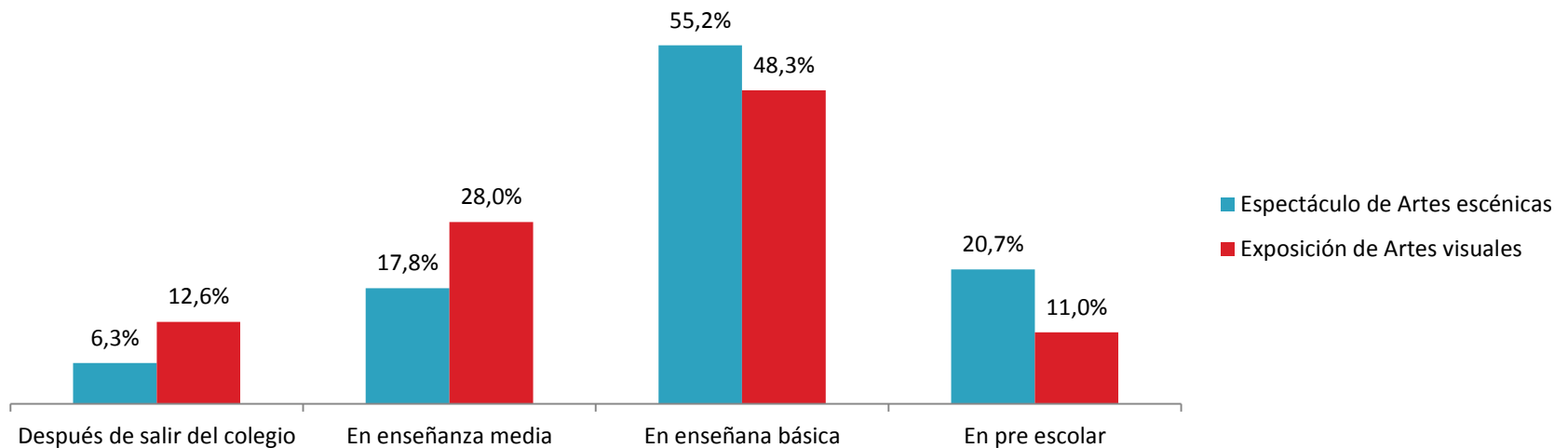
Tipo de exposición de preferencia	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Pintura	27,4%	27,9%	29,1%	34,7%	30,0%	28,0%	29,2%	26,7%	26,5%	43,9%	59,8%	12,3%	31,5%
Fotografía	38,1%	38,9%	37,0%	43,8%	42,0%	40,0%	39,6%	40,8%	30,6%	26,3%	17,2%	35,4%	36,4%
Escultura	11,5%	13,8%	17,0%	7,4%	8,0%	10,0%	12,5%	8,9%	14,3%	5,3%	4,9%	18,5%	11,3%
Arte popular	23,0%	19,4%	17,0%	14,0%	20,0%	22,0%	18,8%	23,6%	28,6%	24,6%	18,0%	33,8%	20,8%



Período de la primera asistencia a un espectáculo de artes escénicas y exposición de artes visuales

La mayor parte del público, asistió por primera vez, tanto a un espectáculo de artes escénicas, como a una exposición de artes visuales en el periodo de su vida en el que cursaba la enseñanza básica (entre los 6 a los 13 años).

Le sigue, en cuanto a un espectáculo de artes escénicas quienes asistieron por primera vez en la etapa pre-escolar (20,7%), en cambio la segunda mayoría de la primera visita a una exposición de arte es en la enseñanza media (28,0%).





Período de la primera asistencia a un espectáculo de artes escénicas según espacio

- Los públicos de todos los espacios se ajustan a la tendencia general, es decir señalan haber asistido por primera vez a un espectáculo de artes escénicas en enseñanza básica.
- Destaca que los porcentajes más altos de primera asistencia después de salir del colegio le corresponden a las tiendas **END** (12,2%) y Restorán (10,2%).
- Por otra parte, los públicos que concentran los porcentajes más altos de la primera asistencia en enseñanza pre-escolar son los de **Sala Artes Visuales** (25,9%) y **BiblioGAM** (25,0%).

Primera asistencia espectáculo artes escénicas	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
En pre escolar	25,0%	25,9%	21,1%	18,9%	18,4%	18,0%	24,5%	13,2%	10,0%	16,1%	23,5%	24,6%	20,7%
En enseñanza básica	56,0%	53,4%	57,8%	61,5%	53,1%	60,0%	51,0%	58,9%	72,0%	60,7%	37,6%	55,4%	55,2%
En enseñanza media	15,5%	16,2%	13,9%	14,8%	18,4%	14,0%	12,2%	18,9%	12,0%	17,9%	34,9%	12,3%	17,8%
Después de salir del colegio	3,4%	4,5%	7,2%	4,9%	10,2%	8,0%	12,2%	8,9%	6,0%	5,4%	4,0%	7,7%	6,3%



Período de la primera asistencia a exposición de artes visuales

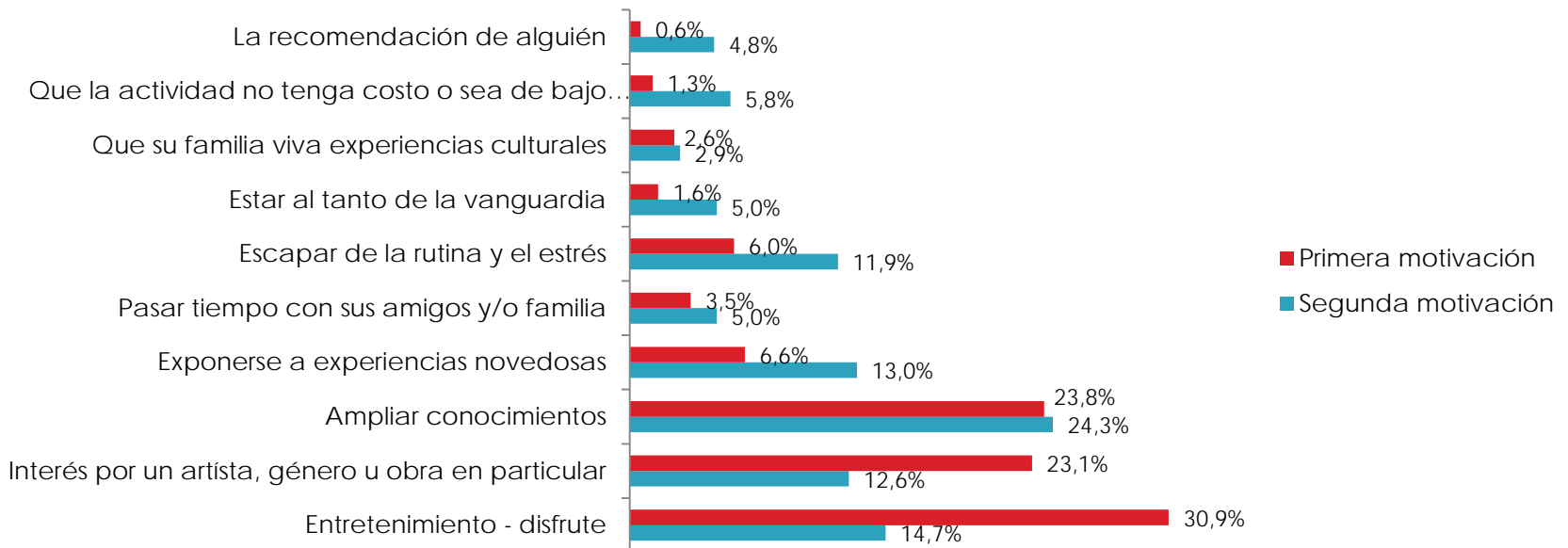
- En todos los espacios se mantiene la tendencia general, donde la mayor porcentaje del público declara haber asistido por primera vez a una exposición de artes visuales en la enseñanza básica.
- Destaca el público de **BiblioGAM** por concentrar el porcentaje más alto de quienes asistieron por primera vez en enseñanza pre-escolar (20,9%). Así también destaca el público de las actividades de **Audiencias** por tener el mayor porcentaje de público que asistió por primera vez después de haber salido del colegio (20,4%).

Primera asistencia exposición de artes visuales	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
En pre escolar	20,9%	11,3%	6,0%	12,3%	8,5%	14,0%	18,0%	4,2%	6,1%	7,0%	17,7%	9,4%	11,0%
En enseñanza básica	40,9%	52,4%	57,8%	49,2%	51,1%	40,0%	42,0%	50,8%	51,0%	50,9%	33,3%	51,6%	48,3%
En enseñanza media	33,0%	27,0%	25,9%	29,5%	25,5%	28,0%	24,0%	29,3%	28,6%	24,6%	28,6%	28,1%	28,0%
Después de salir del colegio	5,2%	9,3%	10,2%	9,0%	14,9%	18,0%	16,0%	15,7%	14,3%	17,5%	20,4%	10,9%	12,6%



Motivaciones para participar de actividades culturales

Se preguntó por primera vez a los públicos por las motivaciones para asistir a actividades culturales, teniendo que responder en orden de importancia por su primera y segunda motivación. El mayor porcentaje de la principal motivación es “entretenimiento-disfrute” (30,9%), seguida por “ampliar conocimientos” (23,8%), y el “interés por un artista , género u obra en particular” (23,1%). Los resultados en orden, para la segunda motivación son “ampliar conocimientos” (24,3%), seguida de “entretenimiento-disfrute” (14,7%) y “exponerse a experiencias novedosas” (13,0%).





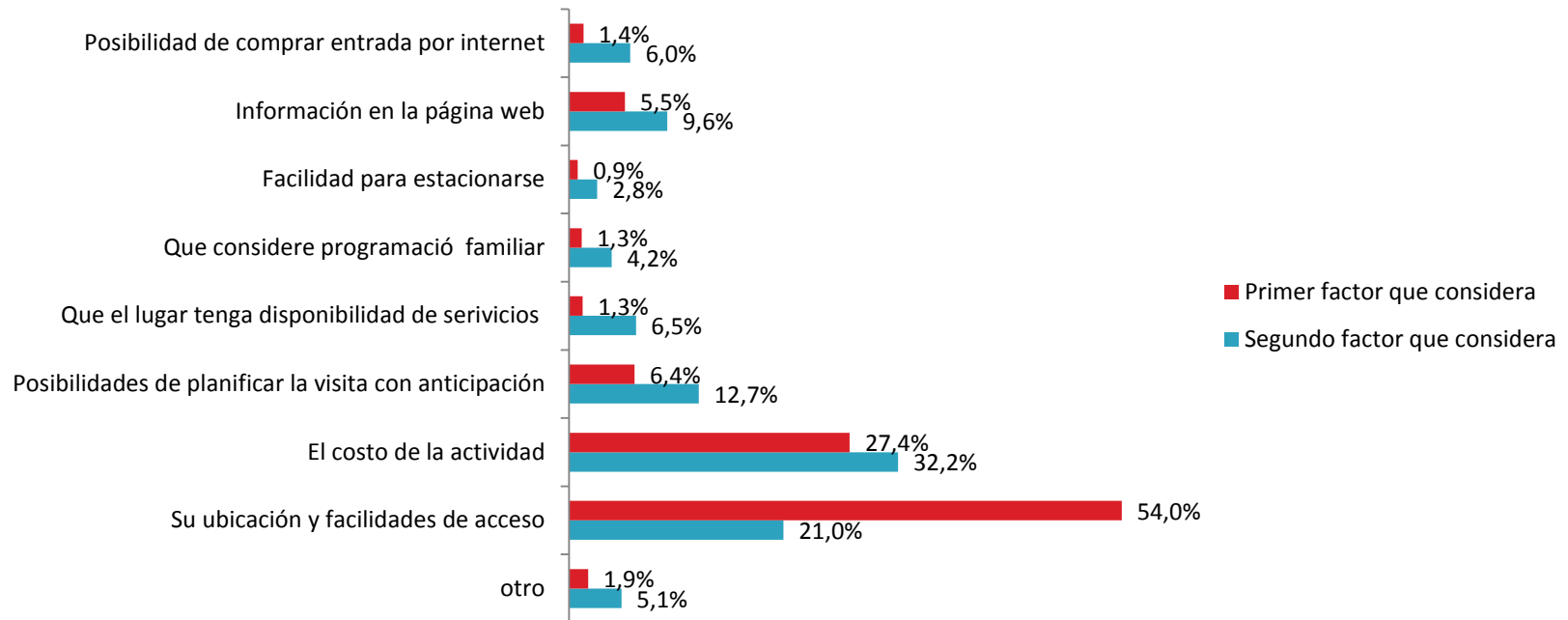
Motivaciones para participar de actividades culturales

Motivaciones de la participación en espacios culturales	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Entretenimiento - disfrute	39,8%	29,8%	25,3%	34,4%	32,0%	34,0%	36,0%	30,9%	26,0%	29,8%	29,6%	27,7%	30,9%
Interés por un artista, género u obra en particular	22,1%	17,3%	19,3%	36,1%	18,0%	34,0%	22,0%	23,6%	34,0%	43,9%	16,0%	13,8%	23,1%
Ampliar conocimientos	15,9%	25,8%	25,3%	13,9%	26,0%	18,0%	20,0%	27,2%	16,0%	15,8%	34,4%	32,3%	23,8%
Exponerse a experiencias novedosas	4,4%	8,5%	10,2%	5,7%	6,0%	2,0%	10,0%	5,8%	6,0%	-	5,6%	7,7%	6,6%
Pasar tiempo con sus amigos y/o familia	2,7%	3,2%	6,6%	,8%	6,0%	4,0%	4,0%	3,1%	6,0%	1,8%	-	7,7%	3,5%
Escapar de la rutina y el estrés	4,4%	8,1%	8,4%	4,1%	8,0%	2,0%	4,0%	4,7%	4,0%	5,3%	4,0%	10,8%	6,0%
Estar al tanto de la vanguardia	0,9%	1,6%	1,2%	2,5%	-	4,0%	2,0%	1,0%	-	3,5%	3,2%	-	1,6%
Que su familia viva experiencias culturales	5,3%	3,6%	2,4%	0,8%	2,0%	2,0%	-	2,6%	6,0%	-	2,4%	-	2,6%
Que la actividad no tenga costo o sea de bajo costo	4,4%	1,2%	0,6%	0,8%	2,0%	-	2,0%	0,5%	-	-	3,2%	-	1,3%
La recomendación de alguien	-	0,8%	0,6%	0,8%	-	-	-	0,5%	2,0%	-	1,6%	-	0,6%



Planificación para la asistencia a una actividad cultural

El principal factor que consideran la mayoría de los públicos de GAM (54,0%) para la planificación de la asistencia a una actividad cultural es su ubicación y las facilidades de acceso. Le sigue con un 27,4% el costo de la actividad. Al preguntar por el segundo factor a considerar, el mayor porcentaje corresponde al costo de la actividad (32,2%), seguido por la ubicación y facilidades de acceso (21,0%) y la posibilidad de planificar la visita con anticipación (12,7%).





Planificación para la asistencia a una actividad cultural

Destacan por estar fuera de la tendencia general, los públicos de BiblioGAM que en su mayoría el factor principal para la asistencia a una actividad cultural es el costo (49,5%). Por otra parte, y sobre la media, un 10,5% de los públicos de audiencias considera un factor principal poder planificar con anticipación la visita.

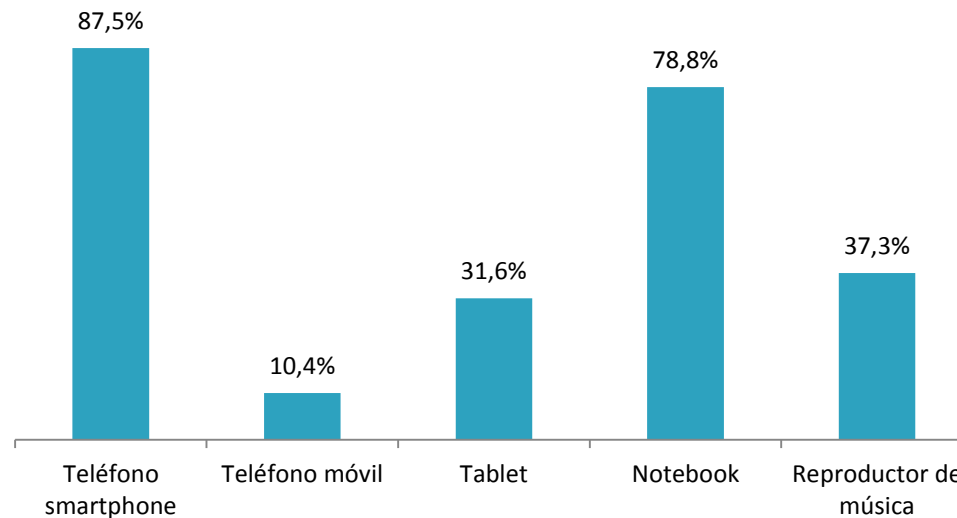
Factores a considerar en la planificación de la asistencia a una actividad cultural	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Su ubicación y facilidades de acceso	39,4%	53,3%	53,6%	64,8%	58,0%	62,0%	56,0%	51,3%	64,0%	49,1%	53,2%	56,9%	54,0%
El costo de la actividad	49,5%	26,8%	22,9%	19,7%	14,0%	18,0%	28,0%	27,7%	24,0%	31,6%	29,8%	29,2%	27,4%
Posibilidades de planificar la visita con anticipación	3,7%	5,7%	7,8%	3,3%	8,0%	6,0%	4,0%	6,8%	6,0%	10,5%	10,5%	4,6%	6,4%
Que el lugar tenga disponibilidad de servicios	1,8%	1,2%	1,8%	,8%	8,0%	2,0%	-	-	-	-	1,6%	1,5%	1,3%
Que considere programación familiar	1,8%	2,0%	1,2%	,8%	2,0%	2,0%	-	1,6%	-	1,8%	-	-	1,3%
Facilidad para estacionarse	-	1,6%	1,2%	2,5%	2,0%	-	-	0,5%	-	-	-	-	0,9%
la información en la página web	2,8%	4,9%	7,8%	5,7%	4,0%	8,0%	12,0%	6,8%	6,0%	3,5%	0,8%	6,2%	5,5%
posibilidad e compra de entra por internet	-	2,4%	1,8%	,8%	2,0%	-	-	2,1%	-	1,8%	0,8%	1,5%	1,4%
Otros	0,9%	2,0%	1,8%	1,6%	2,0%	2,0%	-	3,1%	-	1,8%	3,2%	-	1,9%

Uso de nuevas tecnologías, plataformas y redes



Uso de dispositivos móviles

La mayoría de los públicos de GAM, el 87,5%, usa un teléfono Smartphone, solo el 10,4% dice usar un teléfono móvil no inteligente (sin Apps). Destaca también el alto porcentaje, un 78,8%, de quienes declaran tener un computador móvil (Notebook), además el 31,6% tiene una Tablet. Por otra parte, más de un tercio de los públicos usa un reproductor de música (37,3%).





Uso de dispositivos móviles

- Se observa que en general, el uso de Smartphone es sobre el 92% en todos los espacios a excepción de **Audiencias** (45,8%) y **BiblioGAM** (81,9%).
- Por otra parte, el uso de Tablet concentra un mayor porcentaje en las tiendas Librería (56,0%), **Restorán**(44,0%) y **END**(40,0%). Esto mismo sucede en cuanto el uso de Notebook, en que las tiendas destacan porcentajes sobre el 90%: Café Público (92,6%), Restorán (92,0%) y Librería (90,0%).
- **END** y **Comunidades** son los que usan en mayor proporción reproductores de música (50,0% y 46,2% respectivamente).

Uso de dispositivos móviles	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Smartphone	81,9%	92,7%	94,6%	95,9%	96,0%	94,0%	98,0%	94,8%	96,0%	96,5%	45,8%	95,4%	87,5%
Teléfono móvil	27,6%	5,6%	5,4%	1,6%	4,0%	6,0%	2,0%	4,2%	6,0%	1,8%	36,7%	4,6%	10,4%
Tablet	37,1%	29,8%	34,3%	41,8%	44,0%	56,0%	40,0%	28,8%	24,0%	21,1%	20,5%	18,5%	31,6%
Notebook	75,0%	82,3%	84,3%	92,6%	92,0%	90,0%	86,0%	85,3%	82,0%	73,7%	47,0%	72,3%	78,8%
Reproductor de música	38,8%	37,5%	42,2%	27,9%	30,0%	36,0%	50,0%	38,2%	26,0%	40,4%	34,3%	46,2%	37,3%

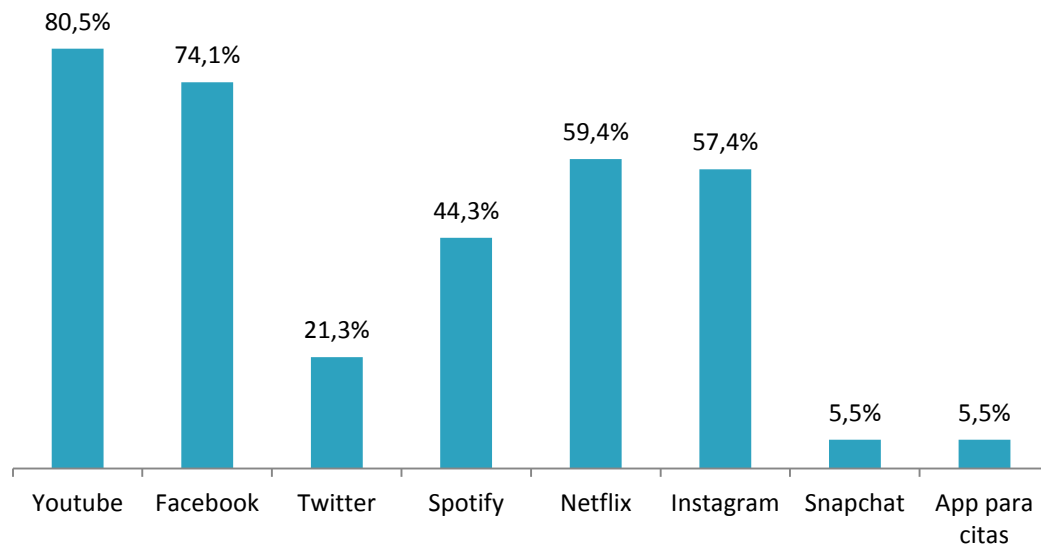


Uso de redes sociales y plataformas web

En general, es alto el nivel de uso de plataformas web de los públicos de GAM, el 80,5% usa YouTube de manera habitual, el 74,1% Facebook, 57,4% Instagram, y 21,3% Twitter.

Por otra parte, las plataformas de suscripción de música y contenido audiovisual, también tienen alta presencia, la mayoría está suscrito a Netflix (59,4%), y en menor proporción a Spotify (21,3%).

Las App para citas (Tinder, Grindr, etc.) obtienen un porcentaje marginal, al igual que la red social Snapchat.





Uso de dispositivos móviles

- El público de **Comunidades** junto al **Librería** son los que presentan los porcentaje más altos de uso de YouTube (98,5% y 98,0% respectivamente), en contraposición de los públicos de Audiencias en que solo el 44,0% usa la plataforma de manera habitual. Sobre Facebook, destacan con mayor el **Café Público**(89,3%), seguido con el mismo porcentaje las tiendas **Librería** y **END** (84,0%). Destaca el alto porcentaje de uso de Instagram de las **Comunidades** (78,5%).
- Sobre el uso de plataformas pagadas, Spotify se mantiene con porcentajes similares para todos los espacios a excepción de Audiencias en que el porcentaje es significativamente menor (11,4%), en cuanto a Netflix se observa que el público de las tiendas esta suscrito en mayor proporción, restorán con un 82,0%, luego Café Público con un 72,1% y END con un 72,0%.

	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Resto rán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audien cias	Comunida des	Total
YouTube	70,7%	87,5%	84,3%	93,4%	86,0%	98,0%	88,0%	80,6%	84,0%	87,7%	44,0%	98,5%	80,5%
Facebook	63,8%	79,0%	81,9%	89,3%	78,0%	84,0%	84,0%	73,8%	66,0%	75,4%	45,8%	84,6%	74,1%
Twitter	18,1%	23,0%	22,9%	34,4%	36,0%	40,0%	26,0%	23,6%	10,0%	12,3%	6,0%	12,3%	21,3%
Spotify	42,2%	49,6%	46,4%	64,8%	50,0%	48,0%	42,0%	54,5%	42,0%	40,4%	11,4%	36,9%	44,3%
Netflix	46,6%	64,1%	58,4%	72,1%	82,0%	70,0%	72,0%	65,4%	68,0%	54,4%	34,3%	50,8%	59,4%
Instagram	54,3%	63,3%	60,2%	69,7%	58,0%	62,0%	82,0%	62,8%	58,0%	45,6%	19,3%	78,5%	57,4%
Snapchat	5,2%	5,2%	8,4%	4,1%	10,0%	4,0%	8,0%	7,3%	6,0%		3,0%	3,1%	5,5%
App para citas	3,4%	8,9%	3,6%	6,6%	8,0%	2,0%	10,0%	5,8%	2,0%	1,8%	6,0%		5,5%



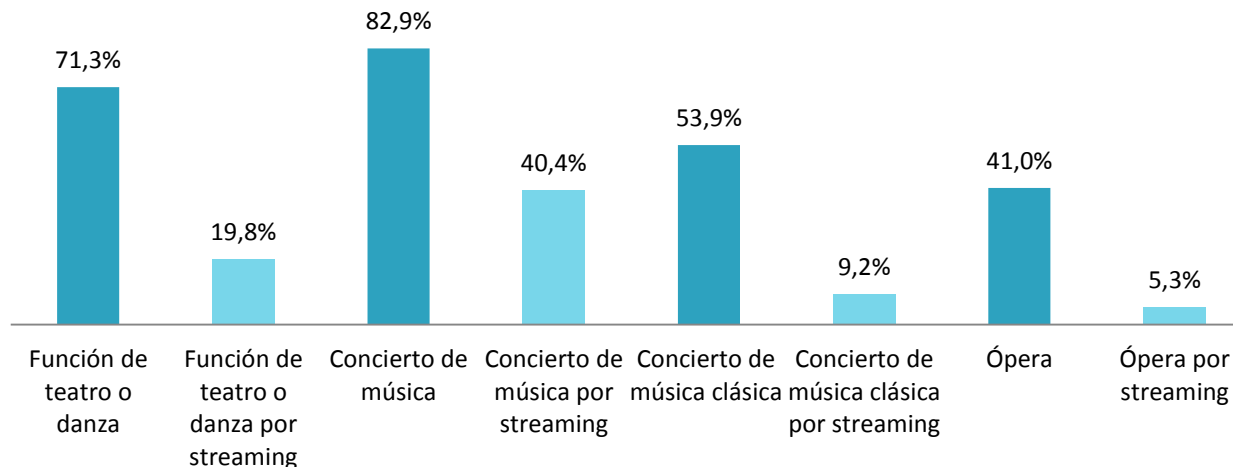
Espectador de funciones por plataformas digitales

Este año se incluyó también la pregunta por los espectadores digitales, sobre si alguna vez han visto funciones a través de plataformas digitales o televisión (grabadas), o por streaming (en vivo). En general, son altos los porcentajes que indican que el público ha sido espectador no presencial.

Se observa que la gran mayoría de los públicos han sido espectadores digitales de un concierto de música, un 82,9%, además un 40,4% ha visto conciertos vía streaming.

Destaca también el alto porcentaje que afirma haber visto una obra de teatro por alguna plataforma digital o TV (71,3%), además, un 19,9% declara haber visto también una obra de teatro por streaming.

Más de la mayoría ha visto un concierto de música clásica (53,9%), y en menor porcentaje quienes han visto ópera por plataformas digitales. Los porcentajes de conciertos de música clásica y ópera vía streaming son bastante menores en comparación a las otras disciplinas.



Compra de entradas y disposición de pago



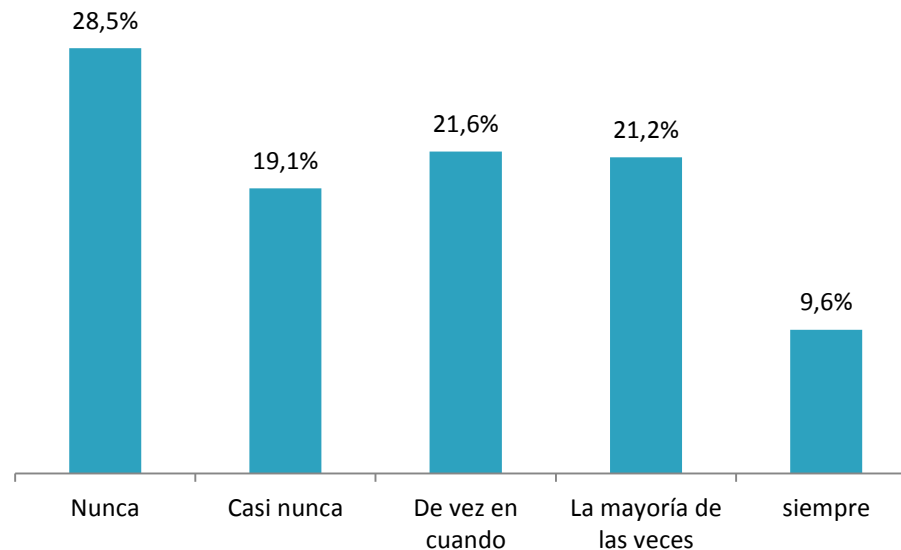
Frecuencia compra de entradas por internet

EL 28,5% de los públicos de GAM nunca ha comprado por internet entradas para alguna actividad.

Dentro de la proporción de quienes sí han comprado se encuentran, con el mismo porcentaje(21,2%), los públicos que declaran comprar de vez en cuando y los que compran la mayoría de las veces por internet.

Con un menor porcentaje, un 19,1%, se encuentran los que compran entradas por internet "casi nunca".

Por otra parte, se observa que el 9,6% siempre compra sus entradas por internet.





Frecuencia compra de entradas por internet

- Los espacios que alguna vez han comprado entradas por internet, independiente de su frecuencia son las tiendas Restorán (90,0%), Café Público (85,2%) y Librería (84,0%). Esto se contrapone a los porcentajes obtenidos por las Comunidades, donde se observa que el 44,6% nunca ha comprado una entrada por internet.
- Destaca dentro de los públicos de artes escénicas y musicales, que en Teatro el 15,2% compra siempre las entradas por internet, en cambio en danza ningún caso respondió hacerlo siempre, sin embargo predomina a diferencia de teatro y música el porcentaje que compra “de vez en cuando”.

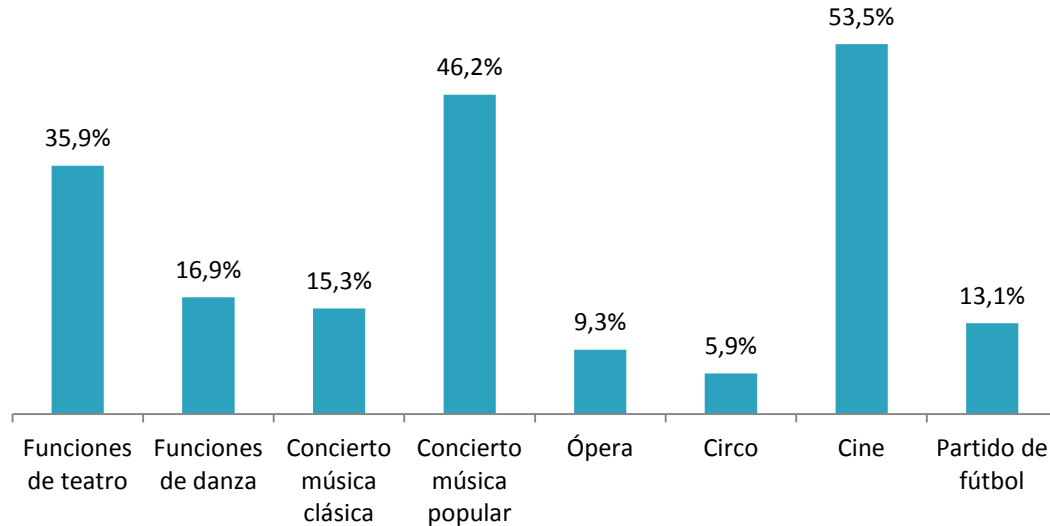
Frecuencia compra de ticket por internet	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Nunca he comprado	30,6%	22,6%	35,8%	14,8%	10,0%	16,0%	26,0%	25,1%	22,0%	30,4%	51,4%	44,6%	28,5%
Casi nunca	23,4%	20,2%	21,8%	16,4%	12,0%	24,0%	14,0%	16,8%	26,0%	16,1%	17,1%	20,0%	19,1%
De vez en cuando	23,4%	23,0%	17,0%	21,3%	18,0%	16,0%	22,0%	21,5%	34,0%	28,6%	21,4%	16,9%	21,6%
La mayoría de las veces	19,8%	25,0%	17,0%	33,6%	40,0%	22,0%	26,0%	21,5%	18,0%	19,6%	7,9%	9,2%	21,2%
Siempre	2,7%	9,3%	8,5%	13,9%	20,0%	22,0%	12,0%	15,2%		5,4%	2,1%	9,2%	9,6%



Tipos de actividades con compra de ticket por internet

La mayoría de los públicos han comprado entradas por internet para el cine (53,5%), le siguen los conciertos de música popular (46,2%) y para funciones de teatro (35,9%).

En menor proporción se encuentran quienes han comprado para funciones de danza (16,9%), seguido de conciertos de música clásica (15,3%) y entradas para partidos de fútbol (13,1%).





Tipos de actividades con compra de ticket por internet

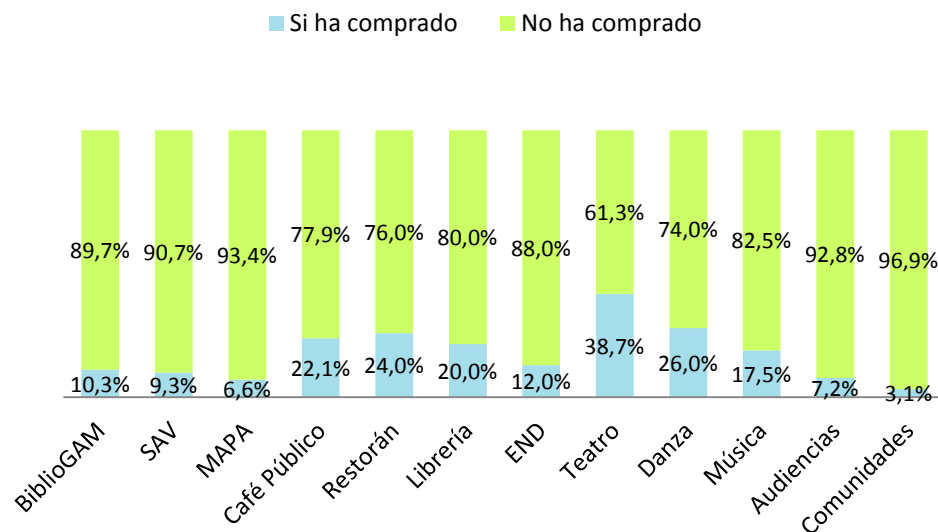
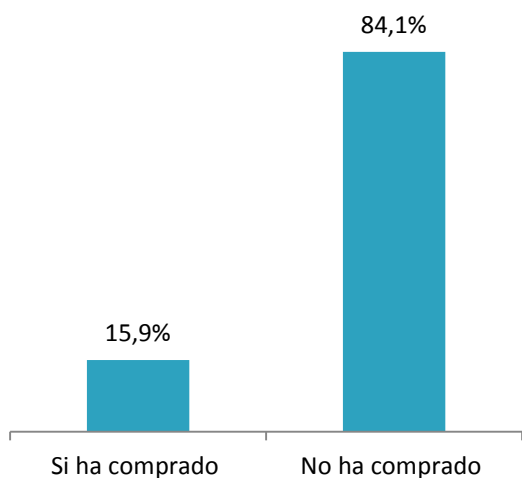
- El público de **Teatro**, **Café Público**, **Restorán**, y **Librería** muestran porcentajes por sobre el promedio general para la compra de entradas por internet en todas las categorías (funciones de teatro, danza, cine, fútbol, etc.)
- El público de **Teatro**, junto con el de la **Librería** son los que obtienen el mayor porcentaje de compra de entradas a funciones de teatro por internet (56,0%). Sin embargo solo el 30% de los públicos de Danza han comprado entradas para una función de danza alguna vez, más lo hacen para funciones de teatro (38%).
- En cuanto a los públicos de música, un 56,1% ha comprado entradas por internet para conciertos de música popular y un 35,1% a conciertos de música clásica.

	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Teatro	28,4%	32,7%	20,5%	50,8%	50,0%	56,0%	32,0%	56,0%	38,0%	28,1%	28,9%	13,8%	35,9%
Danza	6,9%	18,1%	9,6%	25,4%	22,0%	32,0%	14,0%	20,9%	30,0%	19,3%	8,4%	16,9%	16,9%
Música clásica	14,7%	12,1%	11,4%	21,3%	30,0%	22,0%	12,0%	17,3%	10,0%	35,1%	11,4%	3,1%	15,3%
Música popular	37,1%	52,8%	45,8%	61,5%	60,0%	60,0%	50,0%	50,8%	44,0%	56,1%	21,1%	29,2%	46,2%
Ópera	9,5%	8,9%	7,2%	17,2%	14,0%	16,0%	8,0%	11,5%	4,0%	15,8%	3,6%	-	9,3%
Circo	3,4%	6,9%	3,0%	6,6%	10,0%	10,0%	2,0%	7,3%	10,0%	7,0%	3,6%	6,2%	5,9%
Cine	46,6%	58,1%	53,0%	71,3%	80,0%	68,0%	60,0%	61,3%	58,0%	50,9%	19,3%	43,1%	53,5%
Fútbol	16,4%	19,0%	15,1%	16,4%	22,0%	20,0%	4,0%	14,1%	6,0%	8,8%	0,6%	7,7%	13,1%



Compra de ticket online para espectáculos de GAM

- El 15,9% han comprado alguna vez un ticket para alguna actividad de GAM por internet. Los públicos evalúan el sistema de compra de GAM con nota 6,2 (en una escala de 1 a 7)
- Es el público de **Teatro** el que registra un mayor porcentaje de compra de entradas para actividades de GAM con un 38,7%, seguido de público del **Danza** con un 26,0%, **Café Público** 22,1%, **Restorán** 24,0%, Librería 20,0%. Las **Comunidades** registran el menor porcentaje de compra de entradas por internet 3,1%, junto con **MAPA** 6,6% y **Audiencias** 7,2%.

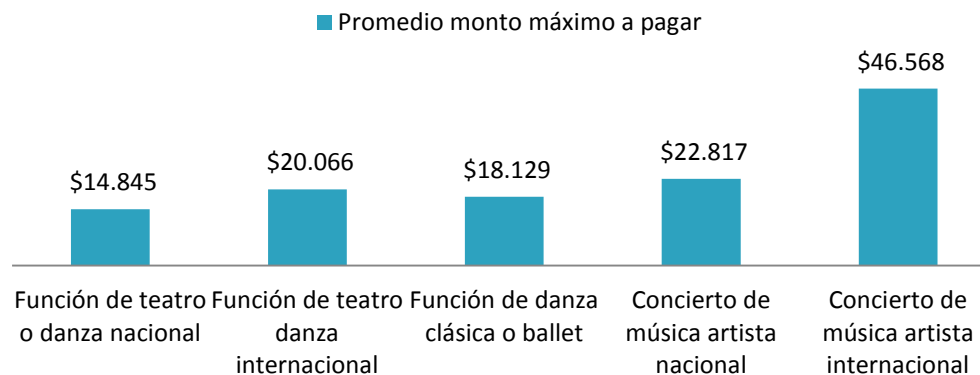




Disposición de pago a espectáculos de artes escénicas

Para saber la disposición de pago de los públicos de GAM para distintos espectáculos, se preguntó por el monto máximo que se estaría dispuesto a pagar por un espectáculo de calidad.

Se observa que existe mayor disposición de pago para conciertos de música de artista internacional, el monto promedio de \$46.568.-, le siguen los conciertos de música de artista nacional con un promedio de \$22.817, luego función de teatro o danza internacional con un promedio de \$20.066.

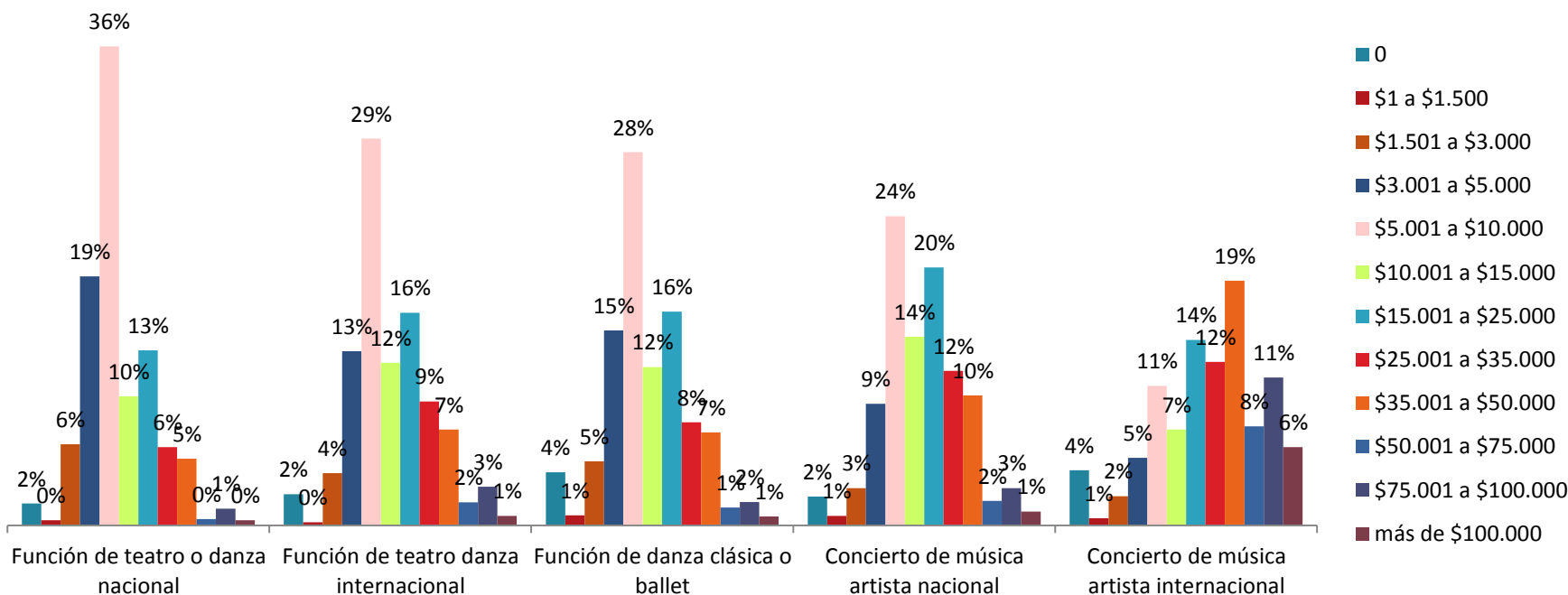




Disposición de pago a espectáculos de artes escénicas

Según tramos de precios, se observa que para todas los espectáculos el tramo dominante es de \$5.000 a \$10.000, a excepción de los conciertos de música de artista internacional en donde existe mayor dispersión en las respuestas.

También destaca que funciones de danza clásica o ballet, y conciertos de música artista internacional existe un 4% de los públicos de GAM que no estaría dispuesto a pagar.

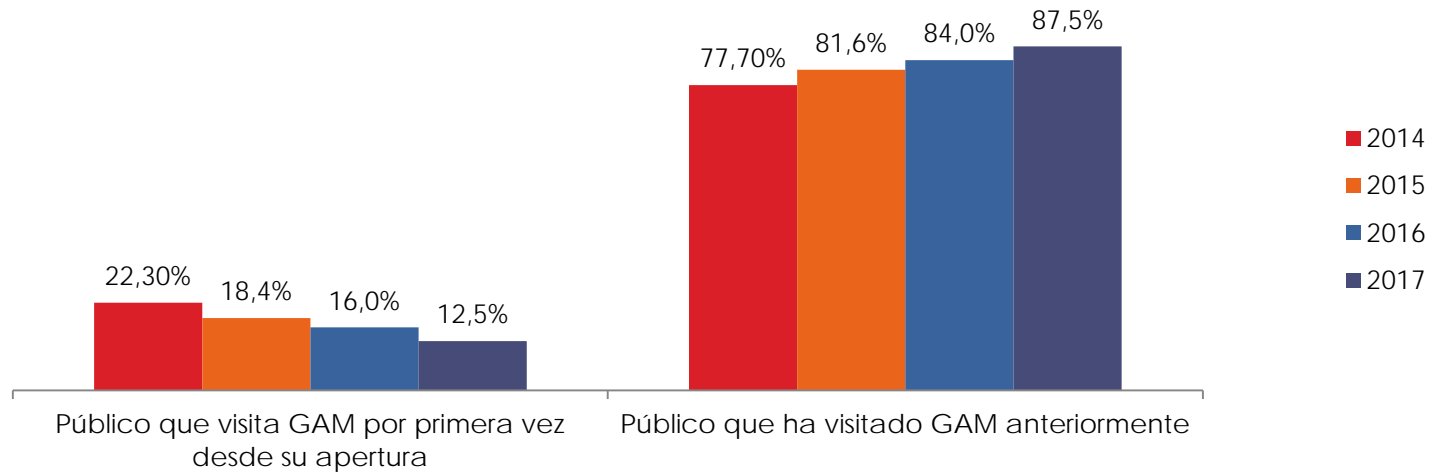


Visitas a GAM



Nuevos visitantes

Un 12,5% del público de GAM corresponde a quienes lo visitan por primera vez desde su apertura. Esta cifra es la más baja respecto a años anteriores, lo que indica un mayor porcentaje de público que ha visitado GAM anteriormente (87,5%).





Nuevos visitantes según espacio

- Los espacios que concentra mayor proporción de nuevos visitantes, al igual que en años anteriores, son las salas de exposición: Sala de **Arte Popular** (27,1% de nuevos visitantes), y sala de **Artes Visuales** (23,8% de nuevos visitantes).
- En contraste, **Comunidades**, **Música**, **BiblioGAM**, y **Audiencias**, son los públicos que casi en su totalidad han venido anteriormente a GAM, menos del 4% corresponden a visitantes nuevos.

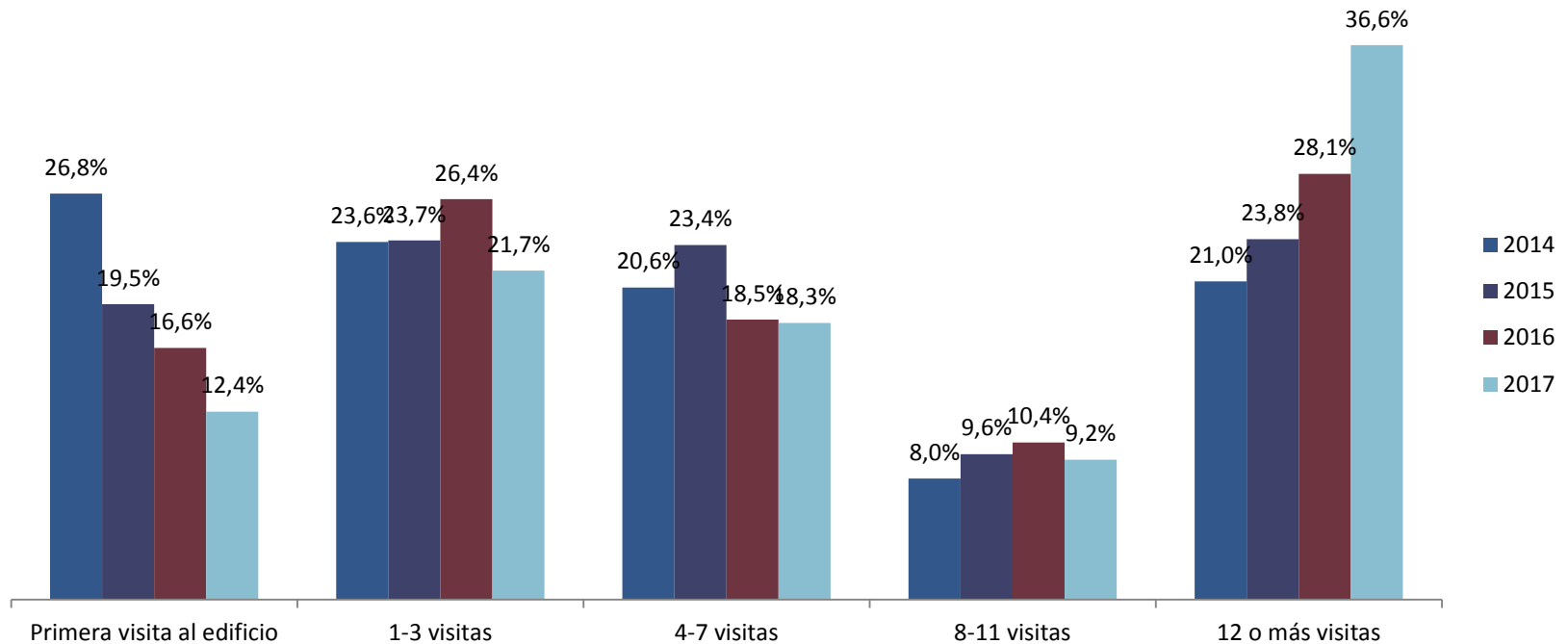
Visitas a GAM	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sí había visitado GAM anteriormente	96,4%	76,2%	72,9%	95,1%	84,0%	90,0%	82,0%	93,2%	88,0%	96,4%	96,3%	96,9%	87,5%
No había visitado GAM anteriormente	3,6%	23,8%	27,1%	4,9%	16,0%	10,0%	18,0%	6,8%	12,0%	3,6%	3,8%	3,1%	12,5%



Frecuencia de visitas a GAM

En cuanto al grado de fidelización del público, es posible afirmar que un 87,6% ha visitado GAM más de una vez en el último año, porcentaje que presenta un incremento significativo en comparación a los años anteriores.

Además, el mayor porcentaje, 36,6% dice haber visitado GAM 12 veces o más en los últimos 12 meses; es decir, un promedio de al menos una visita al mes.





Frecuencia de visitas en los últimos 12 meses según espacio

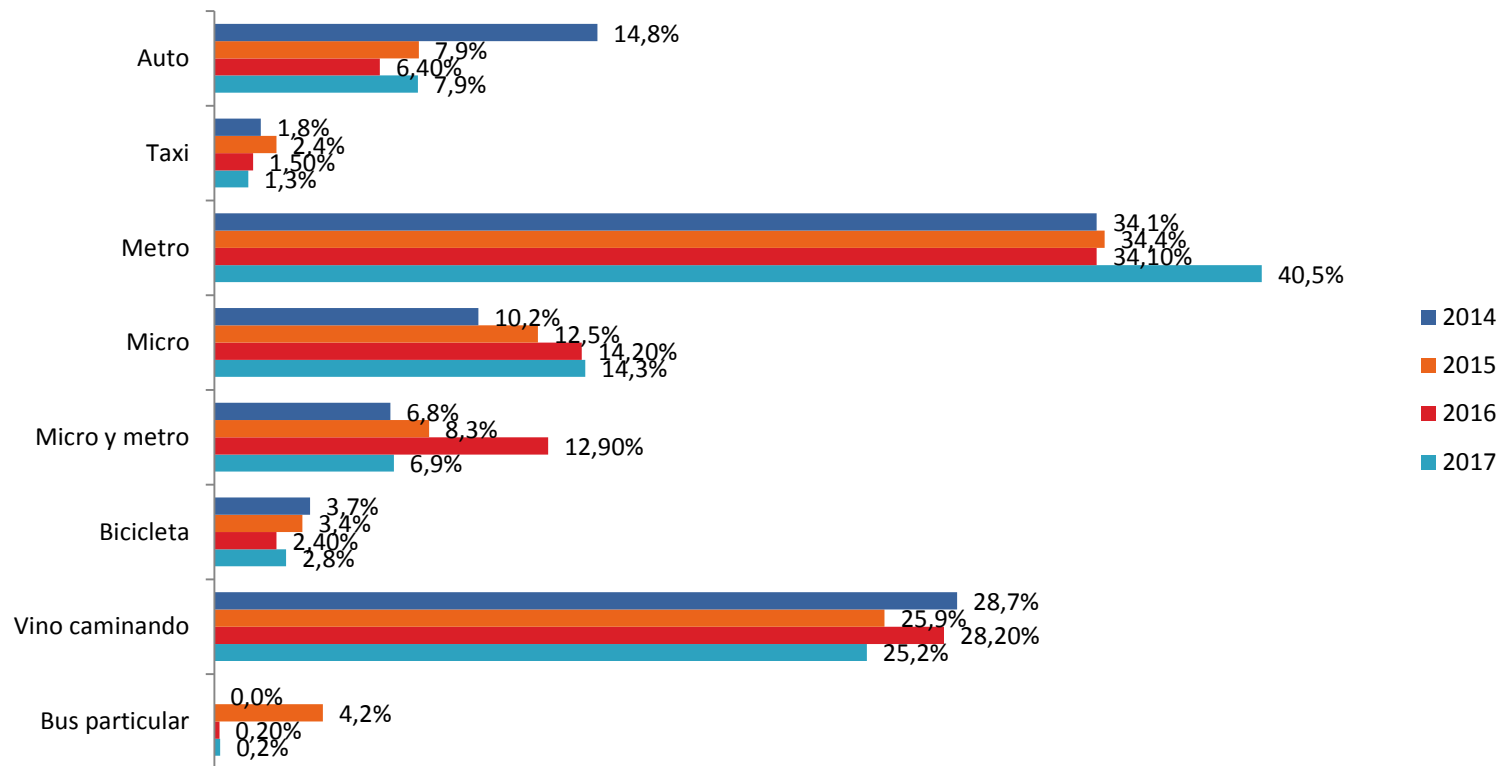
- Los espacios que concentran mayor proporción de público fidelizado corresponden a las **Comunidades** (un 82,5% ha visitado GAM más de 12 veces en los últimos 12 meses), luego le sigue el Café Público (66,4% de su público ha venido 12 o más veces en los últimos 12 meses).
- En contraste, el público de **Mapa** y **Danza** poseen la mayor proporción de público que visita el edificio por primera vez en los últimos 12 meses (37,6% y 37,2% respectivamente).

Visitas a GAM últimos 12 meses	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Resto rán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audencias	Comunidades	Total
Primera visita a GAM	15,9%	33,5%	37,6%	6,0%	26,2%	23,8%	20,5%	28,3%	37,2%	32,7%	14,5%	3,2%	23,4%
1 - 3 visitas	24,3%	24,6%	21,4%	22,4%	26,2%	23,8%	33,3%	23,7%	23,3%	25,5%	12,5%	6,3%	21,5%
4 - 7 visitas	11,2%	12,3%	10,3%	5,2%	4,8%	14,3%	5,1%	13,9%	14,0%	21,8%	9,2%	7,9%	10,9%
12 visitas o más	48,6%	29,6%	30,8%	66,4%	42,9%	38,1%	41,0%	34,1%	25,6%	20,0%	63,8%	82,5%	44,1%



Medio de transporte para llegar a GAM

Este año en particular sobresale el porcentaje de quienes llegan a GAM en metro (40,0%), le sigue quienes llegan caminando (25,2%), y con menor porcentajes quienes lo hacen en micro (14,3%).





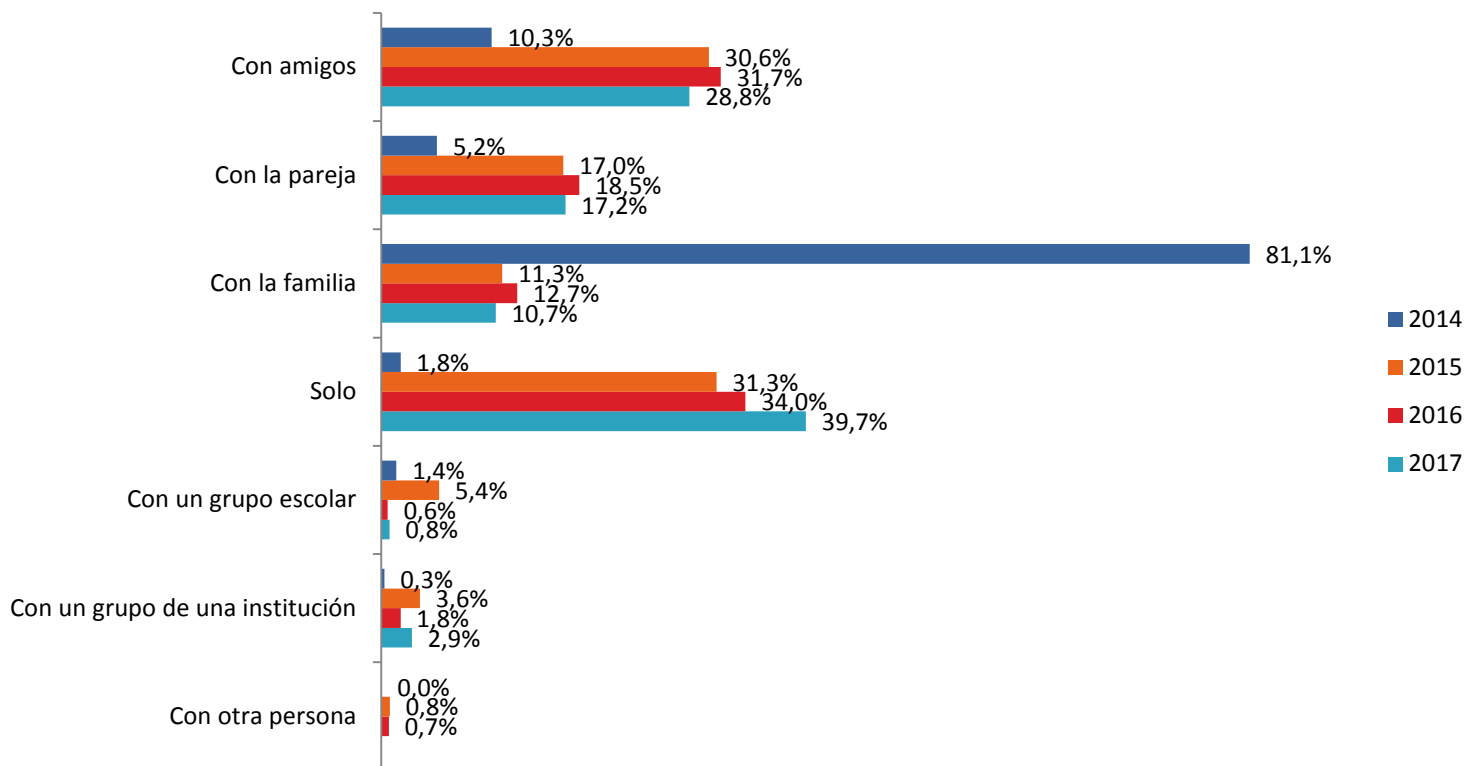
Medio de transporte para llegar a GAM según espacio

- El público de **Teatro, Danza, Música, Sala de Artes Visuales, Sala de Arte Popular, Café Público y Librería**, se ajusta a la tendencia general, donde priman como medio de transporte el metro, seguido de llegar caminando.
- En **Audiencias**, si bien la mitad de los públicos llegan en metro, el segundo transporte predominante es micro y metro (13,7%), seguido de micro (12,9%).
- Por otra parte, un 33,8% del público de las **Comunidades** llega en metro, seguido del 29,2% que llega en micro.
- El 42,0% del público de **END** llega caminando, lo que se explica por la comuna de residencia de la mayoría de su público: Santiago Centro.

Medio de transporte	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Auto	3,6%	8,5%	3,0%	4,1%	24,0%	6,0%	6,0%	15,7%	14,0%	8,9%	4,3%	1,5%	7,9%
Metro	34,8%	39,9%	40,9%	37,7%	34,0%	48,0%	28,0%	42,4%	50,0%	30,4%	53,2%	33,8%	40,5%
Micro	13,4%	13,7%	18,3%	14,8%	12,0%	2,0%	20,0%	9,9%	10,0%	19,6%	12,9%	29,2%	14,3%
Micro y metro	18,8%	5,2%	2,4%	4,1%	-	2,0%	4,0%	3,1%	-	12,5%	13,7%	18,5%	6,9%
Taxi	0,9%	-	2,4%	0,8%	2,0%	2,0%	-	2,1%	4,0%	-	1,4%	1,5%	1,3%
App de transporte	0,9%	0,8%	0,6%	0,8%	2,0%	2,0%	-	1,0%	-	-	1,4%	-	0,8%
Bicicleta	6,3%	1,2%	-	3,3%	-	8,0%	-	4,2%	6,0%	1,8%	0,7%	7,7%	2,8%
Bus particular	-	0,8%	-	-	2,0%	-	-	-	-	-	-	-	0,2%
Caminando	21,4%	29,8%	32,3%	34,4%	24,0%	30,0%	42,0%	21,5%	16,0%	26,8%	12,2%	7,7%	25,2%

Acompañantes del visitante

En 2017, los visitantes asisten a GAM principalmente solos (39,7%), porcentaje que se ha incrementado respecto del año anterior. Le sigue con un 28,8% quienes vienen acompañados de amigos.





Acompañantes del visitante según espacio

- Sala de **Artes Visuales**, Sala **MAPA**, **Audiencias**, **Comunidades**, **Café Público**, **Restorán** se ajusta a la tendencia general, donde el público viene principalmente sólo seguido de con amigos.
- La mayoría de los públicos de **Danza** asiste a GAM con la pareja (34,0%), en cambio los públicos de **Música** asisten mayoritariamente con amigos (41,1%).
- En **Teatro**, la mayoría asiste con amigos (34,0%), seguido por quienes vienen acompañados de la pareja (25,1%).

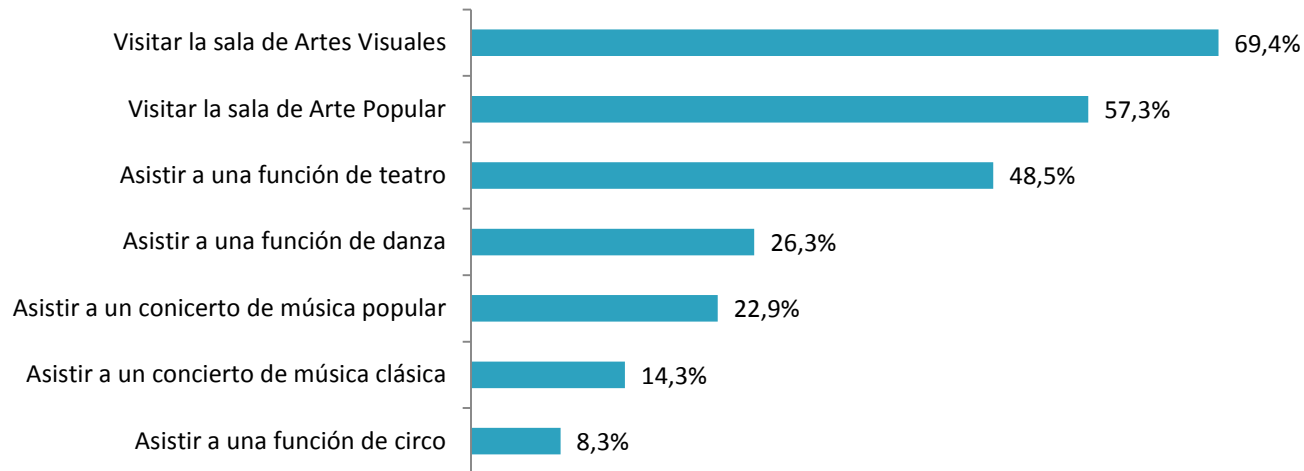
Acompañante	Biblio GAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audiencias	Comunidades	Total
Sus padres	1,8%	1,2%	,6%	,8%	4,1%	4,0%	-	4,2%	-	1,8%	-	-	1,5%
La pareja	13,5%	24,3%	20,5%	7,4%	14,3%	10,0%	24,0%	25,1%	34,0%	17,9%	-	9,2%	17,2%
Los hijos	5,4%	3,2%	3,6%	,8%	10,2%	2,0%	2,0%	2,1%		1,8%	1,4%	-	2,7%
La pareja y los hijos	-	2,0%	1,2%	,8%	2,0%	-	-	1,6%	2,0%	1,8%	-	-	1,1%
Otros familiares	-	5,3%	5,4%	1,6%	14,3%	-	10,0%	9,9%	20,0%	7,1%	-	1,5%	5,4%
Amigos	35,1%	26,3%	36,7%	22,1%	20,4%	28,0%	10,0%	34,0%	18,0%	41,1%	18,7%	44,6%	28,8%
Grupo escolar	8,1%	0,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	,8%
Un grupo de una institución	2,7%	1,2%	-	4,1%	12,2%	-	2,0%	-	-	-	12,9%	1,5%	2,9%
Vino solo	33,3%	36,0%	31,9%	62,3%	22,4%	56,0%	52,0%	23,0%	26,0%	28,6%	66,9%	43,1%	39,7%



Actividades que han realizado los públicos en GAM

El 69,4% de los públicos han visitado alguna vez la Sala de Artes Visuales, y un 57,3% la Sala de Arte Popular (MAPA). Además un 48,5% indica haber asistido a una función de teatro en GAM, y un 26,3% a una de danza.

En menor proporción, un 22,9% dice haber asistido a un concierto de música popular y un 14,3% a conciertos de música clásica. Por último, solo un 8,3% ha visto una función de circo en GAM, lo que se coincide con la proporción de funciones de esta disciplina en la programación.



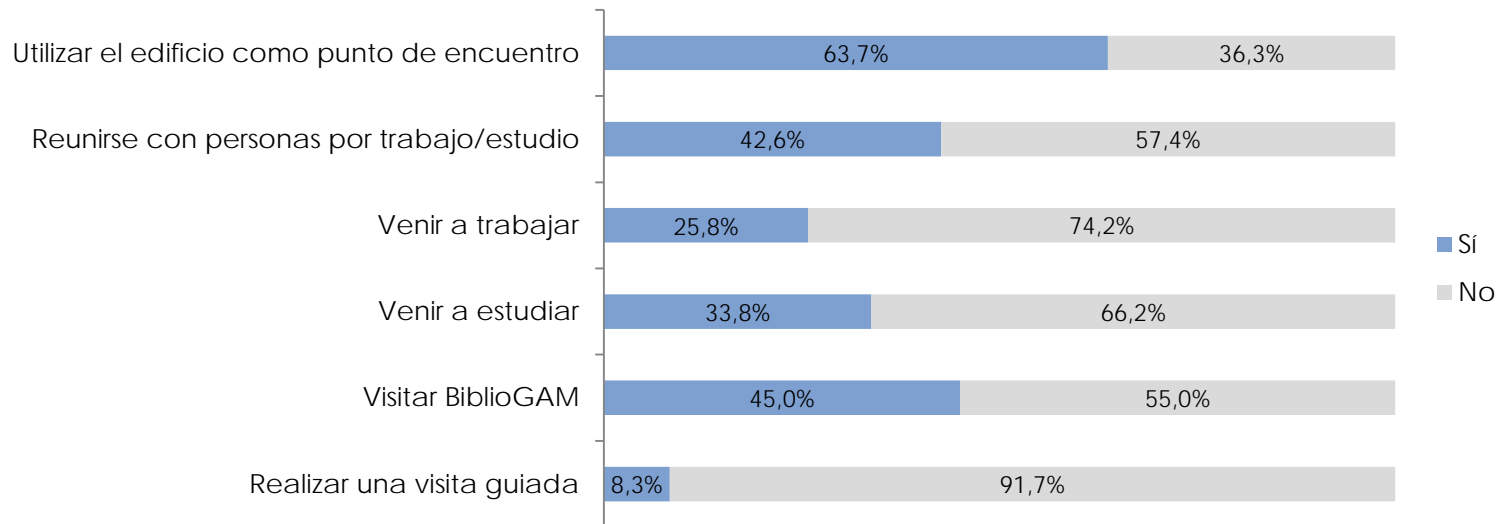


Actividades que han realizado los públicos en GAM

En cuanto a actividades que tienen que ver con la interacción con el edificio y sus espacios, la mayoría de los públicos, un 63,7%, ha utilizado GAM como punto de encuentro, además el 42,6% se ha reunido con personas por motivos de trabajo o estudio.

Un 45,0% ha visitado o hecho uso de BiblioGAM, un tercio de los públicos ha venido alguna vez a estudiar, y un cuarto ha venido a trabajar.

Solo un 8,3% ha realizado alguna vez una visita guiada.

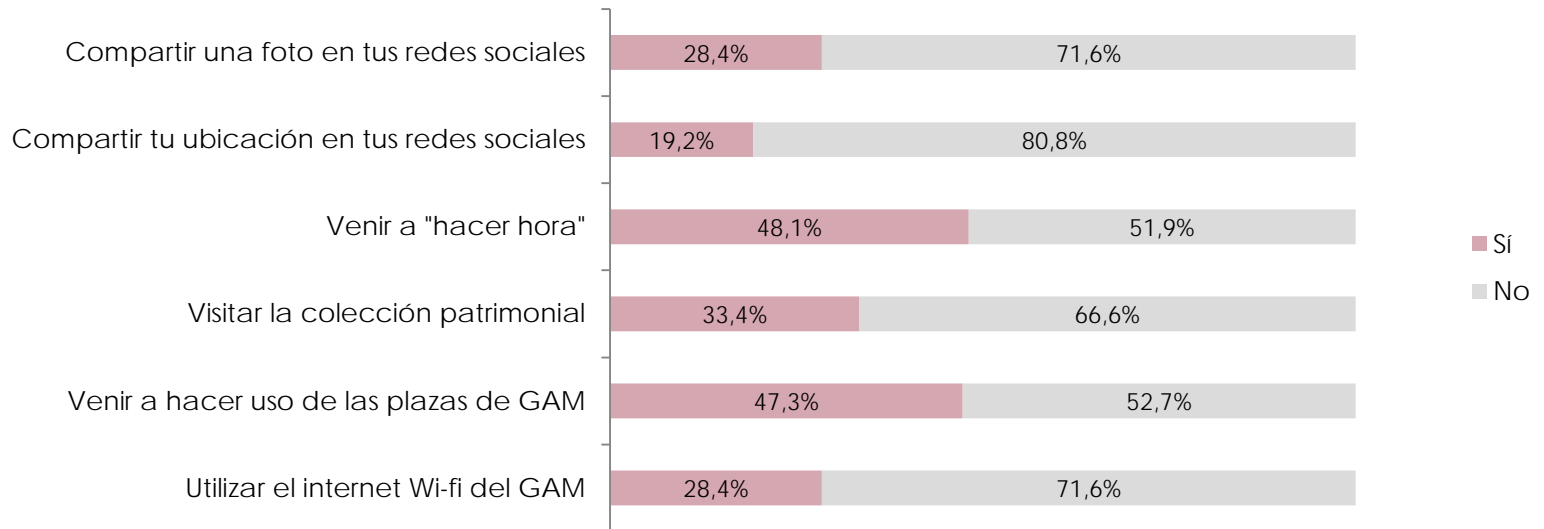




Actividades que han realizado los públicos en GAM

Continuando con actividades del uso del edificio, un 48,1% ha venido a GAM a “hacer hora”, con un porcentaje similar (47,3%) quienes declaran venir a GAM para hacer uso de las plazas. Por otra parte, un 28,4% ha utilizado el Wi-Fi de GAM, el mismo porcentaje dice haber compartido una foto en sus redes sociales en GAM, y un 19,2% ha compartido sus ubicación en redes sociales.

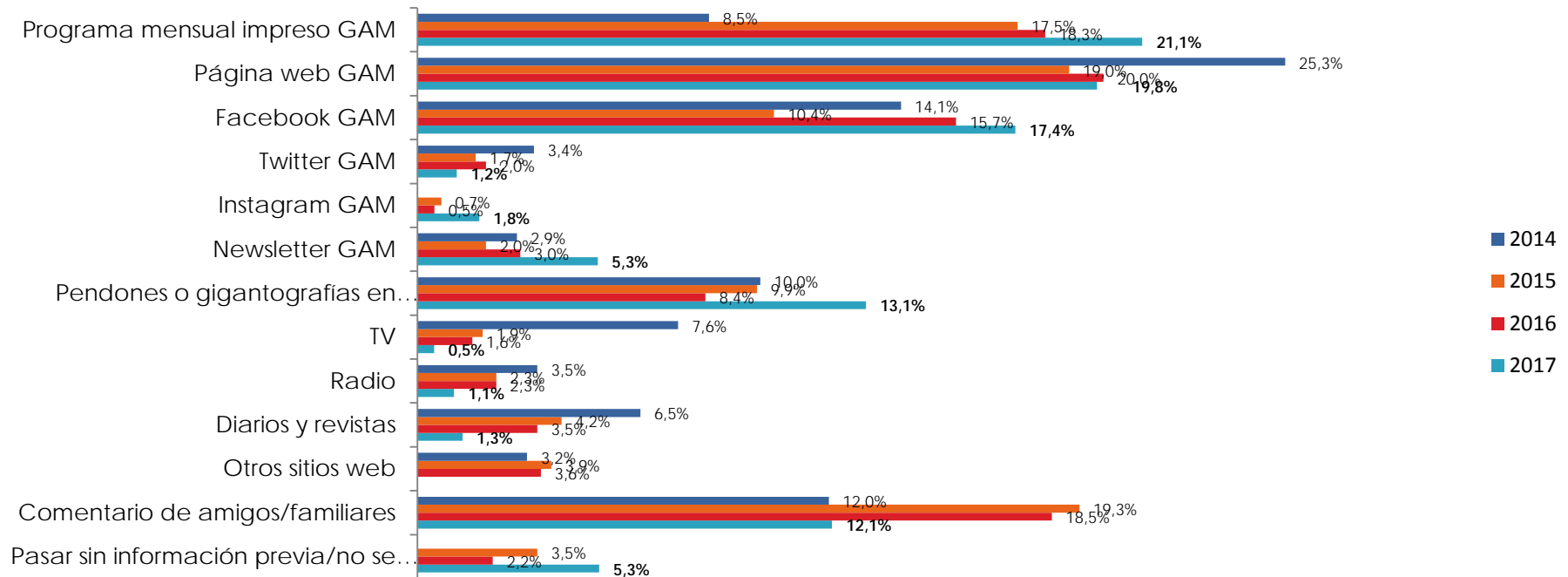
Un tercio de los públicos ha visitado la colección patrimonial de GAM.





Principal medio de información utilizado para informarse sobre las actividades GAM

Si bien los públicos se pueden informar por más de un medio de comunicación sobre las actividades de GAM, al preguntarles cual es el principal, los resultados son bastante diversificados, siendo los que más destacan y en orden decreciente: programa mensual impreso (21,1%); seguido por la página web GAM (19,8%) y el Facebook de GAM (17,4%). por comentarios de amigos o familiares (18,9%); el y Facebook GAM (16,0%), este último presenta un incremento significativo respecto a los años anteriores.





Principal medio de información utilizado para informarse sobre las actividades GAM según espacio

- En **Teatro y Música, Sala de Artes Visuales y Restorán** el principal medio de información declarado por el público corresponde a la página web GAM.
- En **Danza** el principal medio de información sobre actividades de GAM son los comentarios de amigos o familiares, en cambio los públicos de Música se enteran en mayor proporción por el Facebook de GAM..
- En **Audiencias, BiblioGAM, MAPA, Comunidades y Café Público**, el principal medio de información corresponde a el programa impreso mensual.

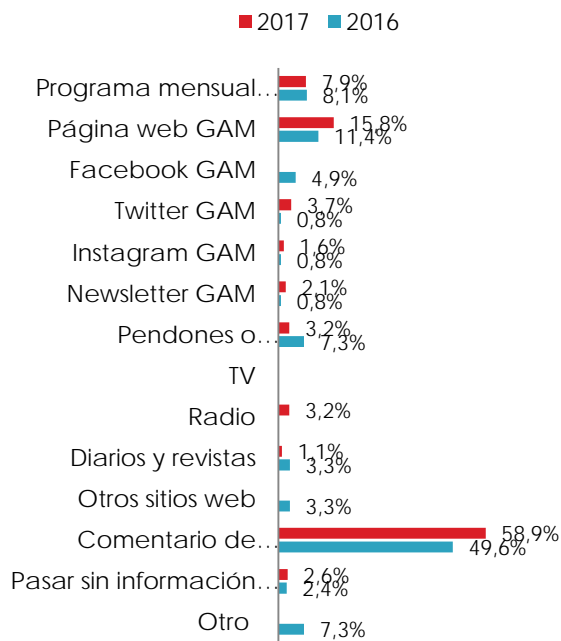
Medio por el cual se informa de actividades de GAM	BiblioGAM	SAV	MAPA	Café Público	Restorán	Librería	END	Teatro	Danza	Música	Audie ncias	Comuni dades	Total
Programa impreso mensual GAM	25,2%	14,0%	18,9%	30,3%	23,7%	14,9%	21,4%	11,4%	16,0%	9,3%	41,1%	28,3%	21,1%
Pendones o gigantografías colgadas en GAM	15,5%	14,4%	15,5%	13,1%	13,2%	19,1%	19,0%	7,1%	14,0%	3,7%	8,9%	26,4%	13,1%
Página web GAM	12,6%	19,2%	16,9%	19,7%	28,9%	25,5%	21,4%	30,4%	14,0%	27,8%	12,3%	13,2%	19,8%
Facebook GAM	17,5%	14,4%	18,2%	21,3%	18,4%	25,5%	14,3%	18,5%	18,0%	35,2%	5,5%	24,5%	17,4%
Twitter GAM	-	1,3%	0,7%	1,6%	-	2,1%	-	2,2%	2,0%	-	,7%	1,9%	1,2%
Instagram GAM	-	2,6%	1,4%	1,6%	2,6%	2,1%	-	3,8%	4,0%	1,9%	-	-	1,8%
Correos electrónicos de GAM	9,7%	2,2%	-	4,1%	5,3%	6,4%	-	6,0%	-	3,7%	17,8%	-	5,3%
TV	-	1,3%	1,4%	-	-	-	-	-	-	-	-	1,9%	,5%
Radio	-	1,7%	-	-	-	-	2,4%	2,2%	-	1,9%	2,1%	-	1,1%
Diarios y revistas	1,0%	1,7%	1,4%	-	-	-	-	1,6%	4,0%	-	2,7%	-	1,3%
Comentarios de amigos o familiares	10,7%	13,5%	16,9%	6,6%	5,3%	4,3%	11,9%	14,7%	28,0%	16,7%	7,5%	3,8%	12,1%
Otro/no se entera	7,8%	13,5%	8,8%	1,6%	2,6%	-	9,5%	2,2%	-	-	1,4%	-	5,3%



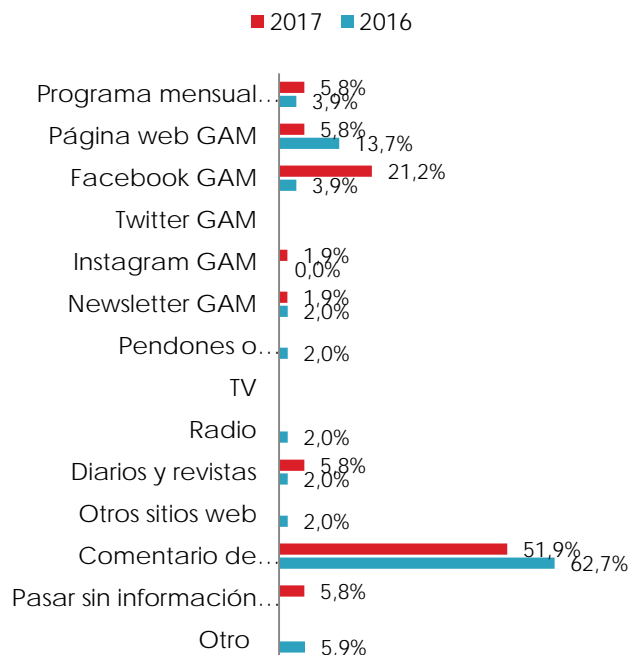
Principal medio de información sobre la función GAM a la que acaba de asistir

A los espectadores de las Funciones de Teatro, Danza y Música, se les solicitó que indicaran el medio a través del cual se enteraron del espectáculo en particular al que asistieron al momento en que se tomó la encuesta. En los tres casos, el principal medio para informarse sobre el espectáculo fueron los comentarios de amigos y familiares, tendencia que se repite al año anterior, en el caso del público de danza el porcentaje incrementa a un 62,7%, para Teatro y Música disminuyen. Le sigue con menor porcentaje, pero tanto para Teatro, Danza y Música, la página web de GAM (11,4%, 13,7% y 10,9% respectivamente).

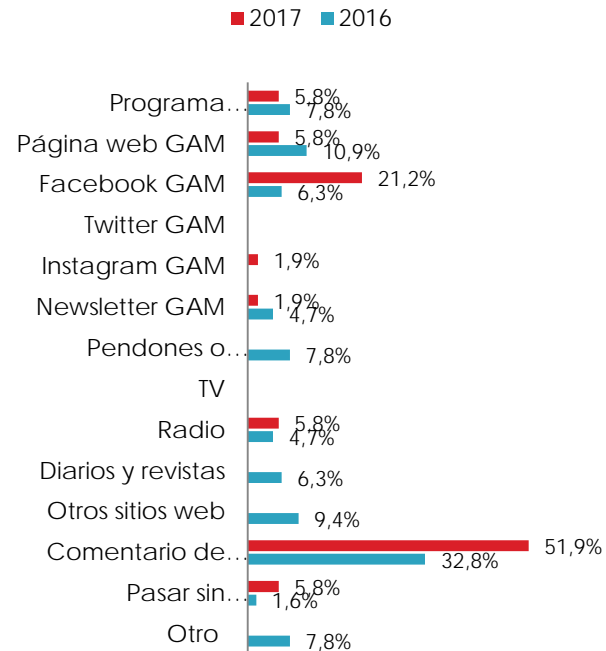
Funciones de Teatro



Funciones de Danza



Funciones de Música

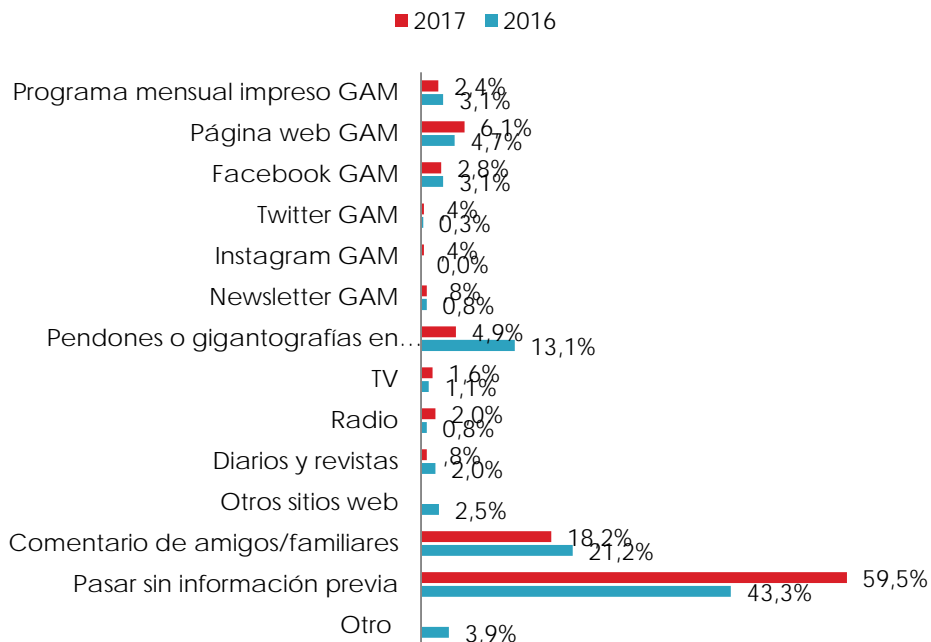




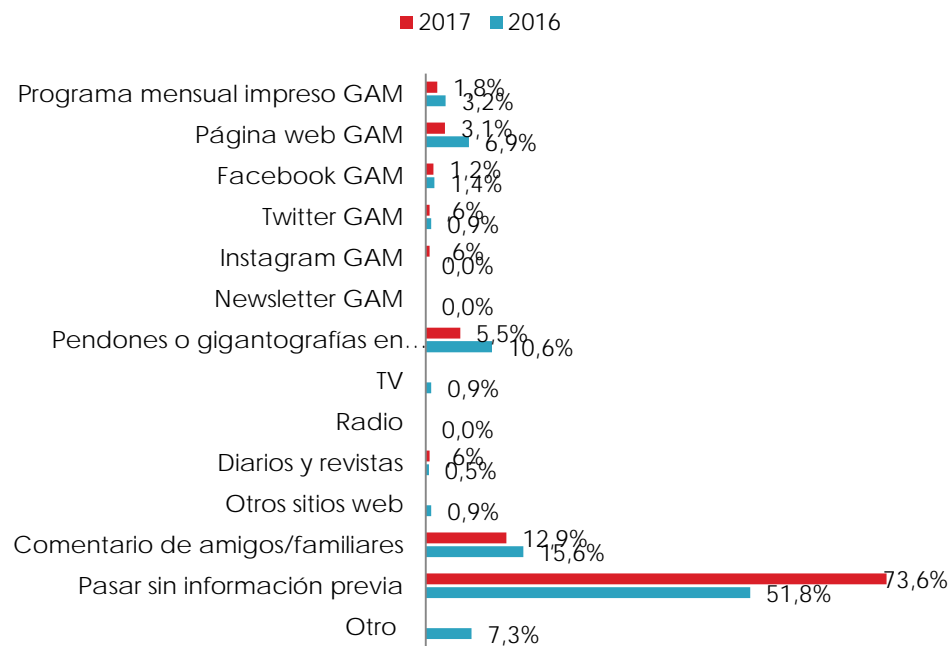
Principal medio de información sobre la exposición GAM que acaba de visitar

A los visitantes de la sala de Artes Visuales y de la Sala de Arte Popular, se les solicitó que indicaran el medio a través del cual se enteraron de la exposición en particular a la que asistieron al momento en que se tomó la encuesta. En los dos casos, y al igual que el año pasado, la mayor proporción de visitantes se enteró de la exposición sólo al pasar por GAM, es decir de “casualidad”, sin embargo ambos porcentajes disminuyen respecto el 2016. Le sigue en ambos casos quienes se enteraron de las exposición por comentarios de amigos o familiares.

Sala de Artes Visuales



Sala de Arte Popular

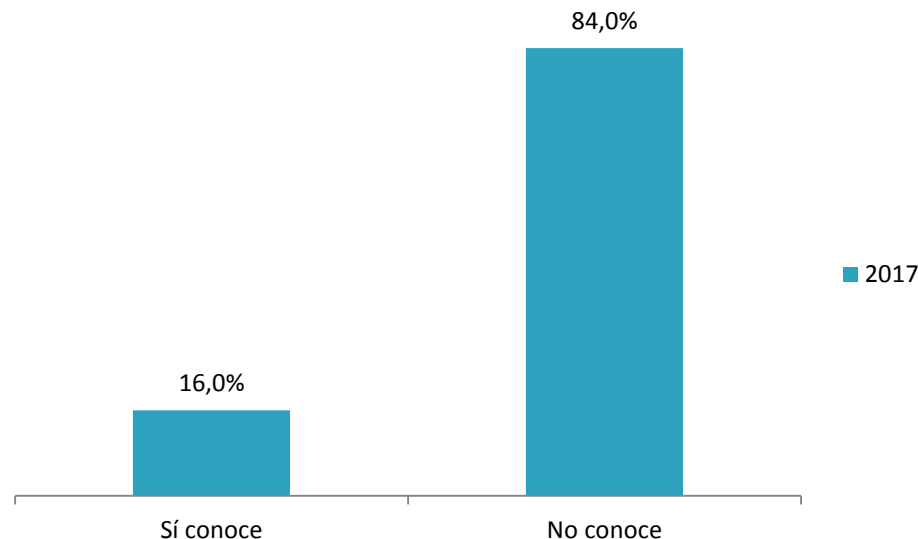




Membresía GAM

Solo el 16,0% de los públicos conoce lo que es la Membresía GAM, de estos solo la mitad ha comprado alguna vez una entrada con descuento de Membresía (membresía profesores, membresía adulto mayor, membresía BiblioGAM o membresía vecino Lastarria), es decir un 8,4% del total. Los públicos que en mayor proporción afirman conocer las membresías son los beneficiarios de las actividades de Audiencias (55,4% sí conoce) seguido del público de BiblioGAM (18,0%)

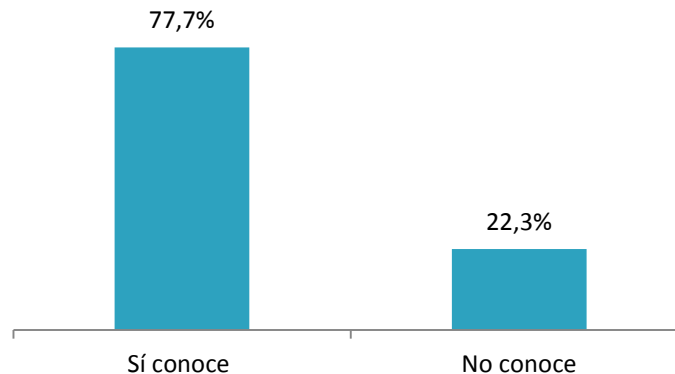
Además, el 19,5% de los públicos declara estar suscrito a otras membresías o club de socios, tales como el Club de lectores el Mercurio(2,9%) , Club La Tercera(1,9%), etc.





Conocimiento significado sigla GAM

El 77,7% de los públicos declara conocer el significado de la sigla GAM. Particularmente son los públicos de la tienda END y de las salas de exposición quienes presentan porcentajes más altos de desconocimiento del significado del nombre del centro cultural: 40,0% en END, 33,1% en Sala MAPA y 27,4% en Sala de Artes Visuales.



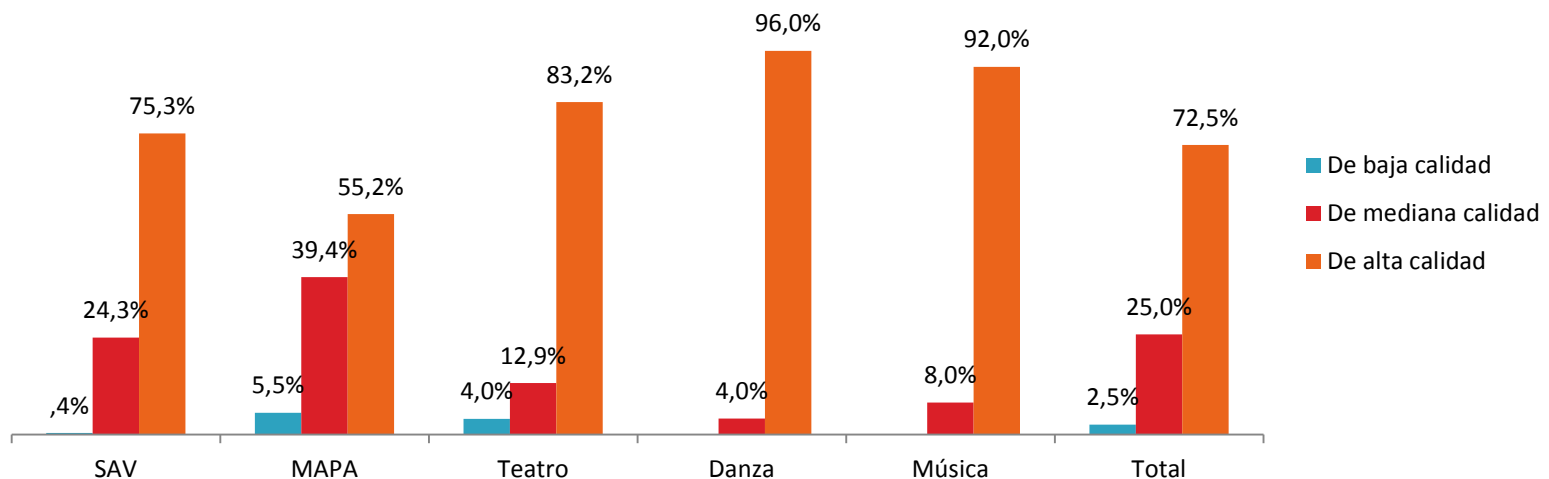
Evaluación de la programación, accesibilidad, servicios y atención del personal

Evaluación de la programación de artes escénicas y exposiciones en salas

El público de GAM, en general percibe la programación de artes escénicas de alta calidad, destacándose los conciertos de música, ya que la totalidad de los encuestados los considera de alta calidad, así también las funciones de teatro son consideradas de alta calidad por un 91,8% del público.

En cuanto a las exposiciones de la sala de Artes Visuales, el 46,1% considera que son de mediana calidad, seguido por el 45,1% que afirma son de alta calidad.

Las exposiciones de la sala de Arte Popular son consideradas de alta calidad por un 60% de sus visitantes.

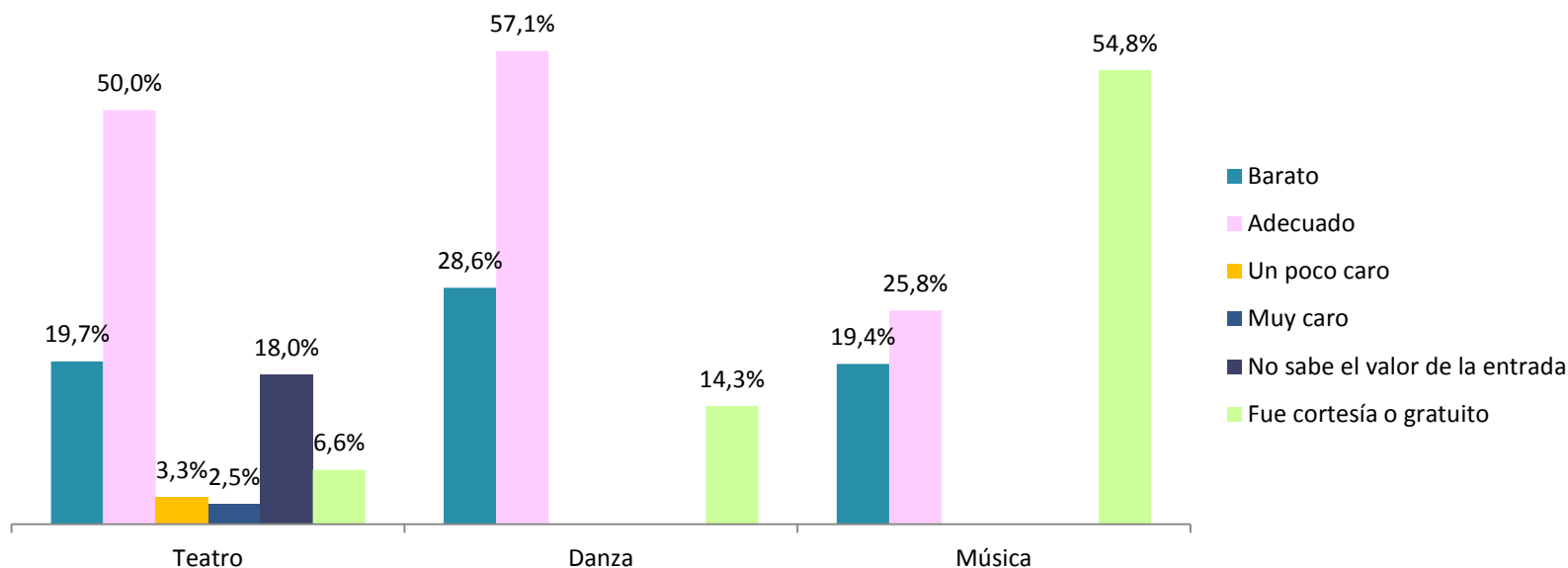


Evaluación sobre el valor de la entrada de espectáculos de artes escénicas.

La mayoría del público encuestado en funciones de artes escénicas, consideró que el precio pagado por su entrada es adecuado.

Para la funciones de teatro, se observa un porcentaje más elevado respecto a la categoría "un poco caro" (17,2%).

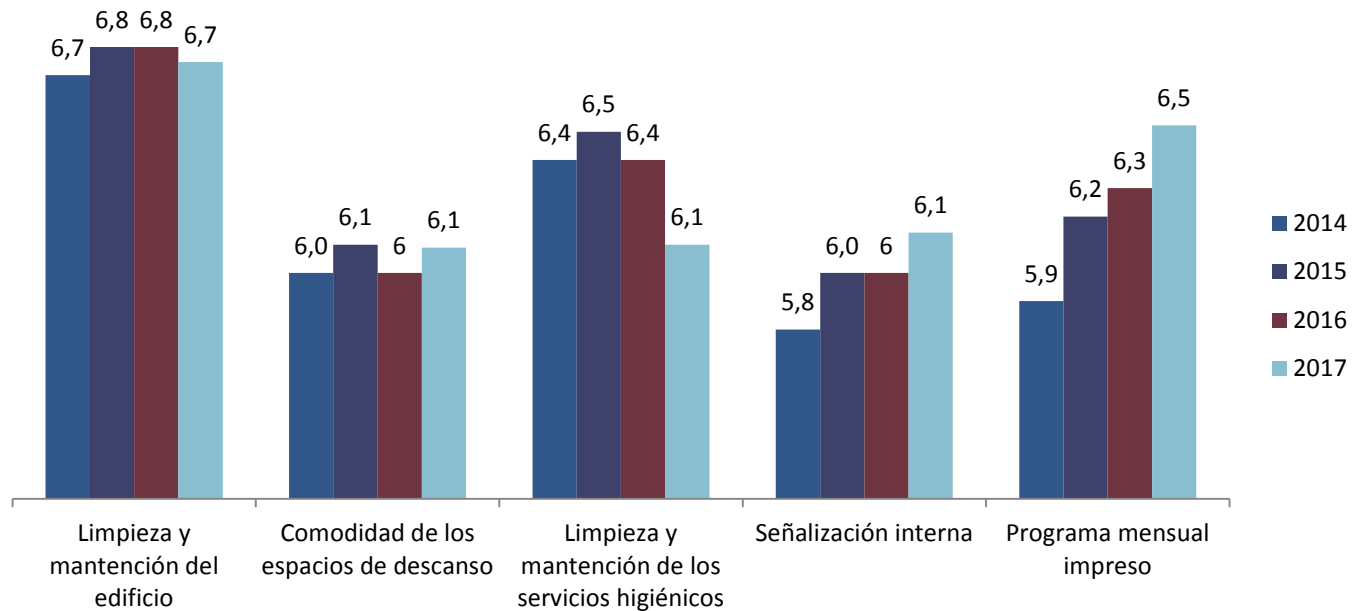
Cabe destacar que la respuesta "muy cara" solo se presenta para la funciones de teatro, y con un bajo porcentaje (3,3%).





Evaluación de servicios GAM asociados

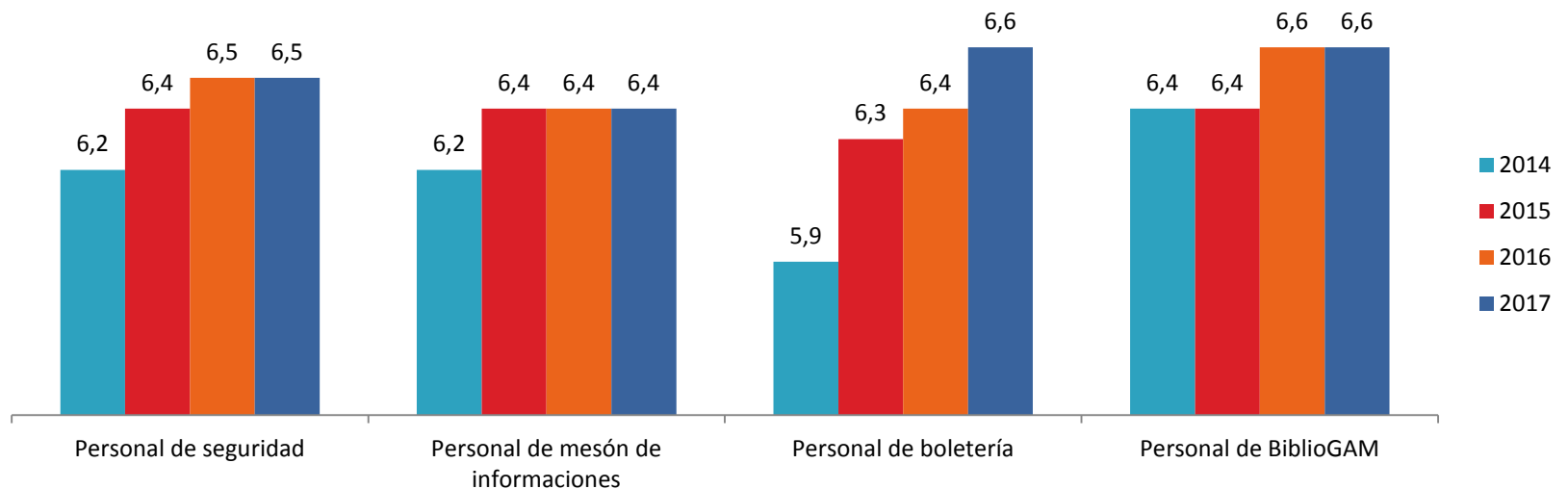
En general los servicios de GAM son bien evaluados, todos con notas sobre 6,0, en una escala de 1 a 7, tendencia que perdura a lo largo de los años. La limpieza y mantención del edificio es el aspecto mejor evaluado con nota 6,7. Con la misma nota (6,1) se encuentra la comodidad de los espacios de descanso, la limpieza y mantención de los servicios higiénicos y la señalización interna. Por otra parte, con nota 6,5 se evalúa el programa impreso mensual con la información de las actividades de GAM.





Evaluación de la atención del personal GAM

La atención del personal de seguridad, mesón de informaciones, de boletería y de BiblioGAM, promedian una calificación de 6,5 en una escala de 1 a 7. En general todas las calificaciones son mejores respecto al año anterior, excepto la de atención del mesón de informaciones la cual se mantiene.





Evaluación de la atención y precios en tiendas

La atención de la Librería Lea+ y de BBVinos obtienen una mejor calificación respecto al año anterior(4,9 y 5,1 respectivamente)

El precio de los estacionamientos presenta una baja constante en su calificación desde el año 2014. Así también, pero de manera menos significativa, descienden las calificaciones respecto los precios de la Librería Lea+ y de BBVinos.

